

Государственное учреждение
«Национальное агентство по туризму»

МАТЕРИАЛЫ II МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

**«ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ:
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
И РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ»**

Минск
«Колорград»
2022

УДК [379.83/.84+796.5](082)

ББК 75.81я43

М34

Редакционная коллегия:

директор Департамента по туризму Министерства спорта и туризма
Республики Беларусь, кандидат культурологии,
доцент *Ирина Николаевна Воронович* (председатель);
академик-секретарь отделения гуманитарных наук и искусств Национальной академии наук
Беларуси, доктор исторических наук, профессор *Александр Александрович Коваленя*;
директор Института истории Национальной академии наук Беларуси,
кандидат исторических наук, доцент *Вадим Леонидович Лакиза*;
директор Центра исследований белорусской культуры, языка и литературы
Национальной академии наук Беларуси, доктор исторических наук,
доктор архитектуры, профессор, академик *Александр Иванович Локотко*;
проректор по научной работе учреждения образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»,
кандидат искусствоведения, доцент *Елена Евгеньевна Корсакова*;
заведующий кафедрой международного туризма Белорусского государственного
университета, доктор исторических наук *Леонид Михайлович Гайдукевич*;
заведующий кафедрой экономики и управления туристической индустрией
учреждения образования «Белорусский государственный экономический
университет», кандидат экономических наук, доцент *Оксана Викторовна Ежель*;
директор государственного учреждения «Национальное агентство по туризму»,
кандидат исторических наук *Дмитрий Викторович Морозов*;
начальник отдела качества и учебно-аналитической работы государственного
учреждения «Национальное агентство по туризму» *Анна Николаевна Воищинчук*

Материалы II Международной научно-практической
М34 конференции «Перспективы развития туризма в современных
условиях: мировые тенденции и региональные контексты» /
редкол. И. Н. Воронович (председатель) [и др.]. – Минск :
Колорград, 2022. – 463 с.
ISBN 978-985-896-295-1.

Сборник содержит материалы докладов участников конференции по во-
просам развития международного и трансграничного туризма, внутреннего
и въездного туризма в условиях пандемии, взаимосвязи краеведческих иссле-
дований и туристско-краеведческой деятельности, использования потенциала
историко-культурного наследия в туризме, подготовки кадров в сфере туризма,
развития альтернативных видов туризма и практик экскурсионной работы.

Материалы предназначены для преподавателей туристических дисциплин,
аспирантов, магистрантов, студентов учреждений высшего образования, экскурсо-
водов, гидов-переводчиков и всех, кто интересуется вопросами развития туризма.

УДК [379.83/.84+796.5](082)

ББК 75.81я43

ISBN 978-985-896-295-1

© ГУ «Национальное
агентство по туризму», 2022
© Оформление.
ООО «Колорград», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	13
Башков А. А. РОЛЬ АРХЕОЛОГИИ В КОМПЛЕКСНОМ ИЗУЧЕНИИ ПЛЯХЕТСКИХ УСАДЕБ ЮГО-ЗАПАДНОЙ БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ УСАДЬБЫ В Д. ДОСТОЕВО ИВАНОВСКОГО РАЙОНА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)	13
Ван Мэнюань ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЗАЩИТЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ХЭЧЖЭ	17
Донских С. В. ПРОБЛЕМА ДИВЕРСИФИКАЦИИ ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ЛИДСКОГО РАЙОНА	24
Журавлева Н. Б. НЕКОТОРЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ СОХРАНЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ	31
Ковалев Б. Н. ПАМЯТЬ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ В ПОКЛОННОМ ТУРИЗМЕ НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РОССИИ	37
Коврей В. А., Хилькович К. М. ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР КАК СПОСОБ СОХРАНЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	45
Комаровская Л. В. ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ БЕЛАРУСИ: ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ	51
Кунашко Е. А. ОСВОЕНИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	56

Мазалеўскі В. І. МІЖНАРОДНЫ ВАЛАНЦЁРСКІ ЭКАЛАГІЧНЫ ЛЕТНІК «СПАДЧЫНА РАДЗІВІЛАЎ» ЯК СПАСАБ ПАПУЛЯРЫЗАЦЫІ ГІСТОРЫКА-КУЛЬТУРНАЙ СПАДЧЫНЫ Ў ТУРЫСТЫЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ.....	62
Морозов Д. В. ПРАКТИКИ РЕТРАНСЛЯЦИИ ПАМЯТИ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИИ БЫВШЕГО ЛАГЕРЯ ШТАЛАГ-352 В МАСЮКОВЩИНЕ	69
Силюк Т. С. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ АГРОУСАДЬБЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЛАВЯНСКОЙ МИФОЛОГИИ	74
Скварчэўскі Д. В. АБ'ЕКТЫ САКРАЛЬНАЙ ГЕАГРАФІІ Ў ТУРЫСТЫЧНА- ЭКСКУРСІЙНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ: МЕТАДЫЧНЫЯ РЭКАМЕНДАЦЫІ	80
Ткачёва М. Д. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО И ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ЖЛОБИНСКОГО РАЙОНА	85
Усовская Э. А. КОММЕМОРАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ	96
Царик Е. И. АНАЛИЗ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ СМОРГОНСКОГО РАЙОНА КАК ФАКТОРА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА	102
Філіпчык Д. У. НЕМАТЭРЫЯЛЬНАЯ КУЛЬТУРНАЯ СПАДЧЫНА БЕЛАРУСІ: АДКАЗНАЕ ЎКЛЮЧЭННЕ Ў ТУРЫСТЫЧНЫ ПРАДУКТ	112
ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	116
Артёменко С. В. ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКТОР В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА.....	116
Барановская В. В., Барановская Д. В. ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРАФТОВОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ.....	119

Войтович У. В. РЕСУРСЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НОВОГРУДСКОГО РАЙОНА.....	127
Воронович И. Н. РАЗВИТИЕ ВИДОВ ТУРИЗМА И ИХ РЕГУЛИРОВАНИЕ НА ГОСУДАРСТВЕННОМ УРОВНЕ.....	133
Воронович О. И. МНОГОГОЛОСИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СПЕЦИФИКИ БЕЛОРУССКОГО CONTEMPORARY DANCE В СОБЫТИЙНОМ ТУРИЗМЕ	138
Долюк С. Г. ДОСТУПНОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ О КОЛИЧЕСТВЕ АГРОЭКОТУРИСТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	143
Заруцкий С. А. МЕСТНЫЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ....	147
Калашникова А. В. ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЕ ПРОСТРАНСТВО ТЕАТРАЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК ФАКТОР САМОРАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ ТУРИСТОВ	151
Лабоцкая А. А. КАРАВАНИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	160
Михайлова О. Н., Гайдаш Т. Ю. АГРОЭКОТУРИЗМ КАК СЕКТОР СОВРЕМЕННОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ	166
Олюнина И. В. ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В БЕЛАРУСИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА	172
Паршуте Е. С. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ПРЕДПРИЯТИЯМИ СИСТЕМЫ «БЕЛАРУСТУРИСТ».....	176
Пациенко С. А. ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	180

Портной М. П. КОННЫЙ ТУРИЗМ КАК АКТИВНЫЙ ВИД ОТДЫХА	186
Сидорович С. В. МИНСКИЙ ТРАКТОРНЫЙ ЗАВОД: ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЭКСКУРСИЙ.....	190
Филон П. О. ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ В БЕЛОРУССКУЮ ЗОНУ ОТЧУЖДЕНИЯ.....	195
Янкевич Е. М. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ.....	197
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ.....	202
Бондаренко В. М. О ВЛИЯНИИ РЯДА ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА РЕСУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	202
Демьянов С. А. НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ COVID-19 ДЛЯ БЕЛОРУССКОГО ТУРИЗМА	208
Ежель О. В., Ляшкова А. И. О ПОТЕНЦИАЛЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ЦЕЛЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА	213
Морозова Н. Н. ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ПУТЕМ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	220
Чувак С. В. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ИСО/ТК 288)	227
ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА	233
Гайдукевич Л. М. ОПЫТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА	233

Голубеў С. Р., Пуплікаў С. І., Чэнь Цзяньбо ТУРЫСТЫЧНАЯ СФЕРА КІТАЙСКОЙ НАРОДНАЙ РЭСПУБЛІКІ Ў ДАПАНДЭМІЙНЫ І ПАСЛЯПАНДЭМІЙНЫ ПЕРЫЯД.....	238
Ибрагимов Турал ИЧЕРИШЕХЕР КАК ЦЕНТР МИРОВОГО ТУРИЗМА.....	245
Ковалёв Е. А. АНАЛИЗ МИРОВОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА	254
Ковтунова А. Н. СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	259
Лю Сянцян ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ КНР В МЕЖДУНАРОДНЫХ НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	263
Цымбал А. Г., Николайчик А. И. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МІСЕ-ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19	280
Чжан Мэнмэн СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КИТАЯ: СОХРАНЕНИЕ И ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ	286
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....	291
Давыденко Л. Н. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ПЕРЕХОДА НА «ЗЕЛЕНЫЕ» СТАНДАРТЫ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	291
Еловая Е. М. ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИМЕРЫ ГЕОБРЕНДИНГА: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	301
Жук М. С., Волынчик А. Л., Пасевич М. С. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ НАУЧНОГО ПРОЕКТА «ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО ЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ»	308
Матусевич Е. Н. МОЖЕТ ЛИ СТАТЬ АУДИОГИД ДУШОЙ ЭКСКУРСИИ?.....	314

Пасевич М. С. ОПЫТ РАЗРАБОТКИ ИНТЕРАКТИВНЫХ ИСТОРИКО- КРАЕВЕДЧЕСКИХ ЭКСКУРСИЙ ПО УЛИЦАМ ГОРОДА КОБРИНА...	319
Токарчук С. М., Поливач К. А. КАРТОГРАФИЧЕСКОЕ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЕ «АРХИТЕКТУРНЫЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ ГРОДНО»	324
Шамарова Е. В. ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРУ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	330
ПОДГОТОВКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА	336
Баранова А. С. ПОДГОТОВКА ВОСПИТАТЕЛЕЙ К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ДЕТСКОМ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ЛАГЕРЕ.....	336
Барысенка-Клепач Н. М. ПАДРЫХТОЎКА СПЕЦЫЯЛІСТАЎ У СФЕРЫ ТУРЫЗМУ ДЗЕЛЯ ЗАБЕСПЯЧЭННЯ ЯГО ІНКЛЮЗЫЎНАСЦІ І ДАСТУПНАСЦІ ДЛЯ ЎСІХ	343
Брасс А. А. МОТИВАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	349
Бушуева И. В. ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА: НОВАЦИИ И ОПЫТ РГУТИС	355
Васильева Е. В. НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ ГОСУДАРСТВ – УЧАСТНИКОВ СНГ	362
Вощинчук А. Н. ОСОБЕННОСТИ ВЫЕЗДНЫХ СЕМИНАРОВ ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ	368
Гецевич А. К. ПОДГОТОВКА КАДРОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО» ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ БЕЛАРУСИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	374

Коваленко А. Ю., Рудая В. В., Коткова Д. И. ВОПРОС МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА	379
Мижевич О. М. ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ.....	385
Михайлова О. Н., Гусарова О. А. КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКОВ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ: ОЦЕНКА РАБОТОДАТЕЛЯМИ.....	391
Починок Т. В. ИЗ ОПЫТА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОМЕЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ФРАНЦИСКА СКОРИНЫ)	398
Сарвари Р. Д. ПОДГОТОВКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ С ЭЛЕМЕНТАМИ ИНКЛЮЗИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ)	404
Толкач О. В. К ВОПРОСУ О КОМПЕТЕНЦИЯХ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ.....	410
КРАЕВЕДЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ТУРИСТСКО- КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	417
Алыцкий И. В. БММТ «СПУТНИК» И РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ (1958–1990 гг.)	417
Булаты П. Ю. ПЕРСПЕКТИВЫ ЁДАСКАНАЛЕННЯ ТУРЫСТЫЧНАГА МАРШРУТА ПА МЯСЦІНАХ АДАМА МІЦКЕВІЧА НА ГРУНЦЕ МІЖВАЕННЫХ НАПРАЦОВАК	423
Ермак Ю. Г. ДРУСКЕНИКИ – ЦЕНТР СТОМАТОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА У БЕЛОРУССКИХ ЕВРЕЕВ НА РУБЕЖЕ XIX–XX СТОЛЕТИЙ.....	427

Зянько А. Л.	
АРГАНІЗАЦЫЯ СЕЛЬСКАГАСПАДАРЧЫХ ЭКСКУРСІЙ У БЕЛАРУСІ Ё ПАЧАТКУ ХХ СТ.	433
Мельнікаў І. В.	
ГІСТОРЫЯ АБАРОНЫ ЗАСЛАЎЯ Ё ЧЭРВЕНІ 1941 ГОДА ЯК ТУРЫСТЫЧНЫ МАРШРУТ І ЭЛЕМЕНТ ПАТРЫЯТЫЧНАГА ВЫХАВАННЯ ЖЫХАРОЎ БЕЛАРУСІ.....	439
Токарчук С. М., Полячок Т. С.	
НАСЕЛЕННЫЕ ПУНКТЫ БЕЛАРУСИ И ЕВРОПЫ НА КАРТЕ БРЕСТА (ИНТЕРАКТИВНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ПО УЛИЦАМ ГОРОДА С ГЕОГРАФИЧЕСКИМИ НАЗВАНИЯМИ).....	447
Флерко Т. Г., Лямцева Н. И.	
ИЗ ОПЫТА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ.....	452
Хотянович Н. А.	
ПРИМЕНЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ КОЛЛЕКЦИИ «ФИЛОКАРТІЯ» В ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	458

Уважаемые коллеги, участники и гости конференции!



Приветствую вас на II Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», которая проходит в рамках Совета по туризму стран СНГ.

В первую очередь поздравляю вас с Всемирным днем туризма. Неслучайно, что в этом году он проходит под девизом «Переосмыслить туризм». Все события последних двух лет подталкивают нас именно к переосмыслению формата и характера путешествий, выбора маршрутов, мест посещения и иного.

Современная ситуация в мире находится в турбулентной фазе: рушатся привычные традиции и устои, происходят глобальные и труднопрогнозируемые перемены в современной системе международных отношений. Все эти изменения напрямую влияют и на Республику Беларусь, что требует оперативного реагирования на новые вызовы.

В условиях текущей трансформации системы международных отношений и мировой экономики в целом международный туризм остается одним из существенных каналов устранения атмосферы недоверия и негативных стереотипов в сотрудничестве между странами, расширения международных контактов, сближения народов.

Все большее значение имеет выстраивание прямых связей между Республикой Беларусь и странами СНГ. В этой связи чрезвычайно важную роль играют осмысление туристического потенциала наших стран, совместная работа по разработке новых трансграничных маршрутов, укрепление транспортной связанности. Особенно важно сохранение и взаимное обогащение наших культурных традиций и обычаев. Все это возможно решить лишь при эффективном диалоге профессионалов, заинтересованных в конструктивном взаимодействии.

Уверен в успехе работы конференции и перспективах роста отечественного туризма. Удачи, благополучия и творческих свершений уважаемым участникам конференции!

**Ковальчук Сергей Михайлович,
министр спорта и туризма Республики Беларусь**



Уважаемые друзья!

От имени Исполнительного комитета СНГ искренне рад приветствовать организаторов, участников и гостей II Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты».

В Содружестве Независимых Государств туристическая сфера определена как одно из приоритетных направлений развития сотрудничества между государствами – участниками СНГ, основанного на исторической и культурной общности, духовных традициях и ценностях стран Содружества.

Отрадно, что проведение конференции гармонично соединено с заседанием Совета по туризму государств – участников СНГ и является ярким продолжением торжественных событий, приуроченных к празднованию Всемирного дня туризма.

Проведение в Минске столь значимого широкомасштабного форума является свидетельством созидательной и конструктивной позиции Республики Беларусь в деле укрепления сотрудничества стран Содружества в туристической сфере и активной роли председательства страны в Совете по туризму государств – участников СНГ.

Убежден, что проведение конференции в Минске станет традиционным и значимым мероприятием для стран Содружества в области туризма и будет способствовать укреплению сотрудничества наших государств в гуманитарной сфере.

Желаю организаторам, участникам и гостям II Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты» плодотворной работы и успехов в достижении намеченных целей.

Здоровья, мира и благополучия вам и вашим близким!

**Жумаханов Бекетжан Махатжанович,
заместитель Председателя Исполнительного комитета СНГ**

ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Башков А. А.,
кандидат исторических наук, доцент,
докторант государственного научного учреждения
«Институт истории Национальной академии наук Беларуси»

РОЛЬ АРХЕОЛОГИИ В КОМПЛЕКСНОМ ИЗУЧЕНИИ ШЛЯХЕТСКИХ УСАДЕБ ЮГО-ЗАПАДНОЙ БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ УСАДЬБЫ В Д. ДОСТОЕВО ИВАНОВСКОГО РАЙОНА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Значительный объем научной и научно-популярной литературы, посвященной усадебным и резиденционным комплексам Беларуси эпохи Нового времени, накоплен сегодня в современной историографии. Однако данная категория памятников рассматривалась в ней как объект исключительно историко-культурного значения или памятник архитектуры, но никогда, как объект археологического изучения. Пример археологического изучения усадьбы у д. Достоево Ивановского р-на может стать показательным в понимании роли археологии в комплексном изучении памятников такого типа.

Происхождение известного писателя М. Ф. Достоевского из шляхетского рода, берущего начало в Белорусском Полесье, и наличие фрагментарных и противоречивых сведений о родовой усадьбе Достоевских в Ивановском р-не Брестской области, стали объектом внимания правительств Союзного государства Беларуси и России. Брестский облисполком стал инициатором проведения историко-археологических исследований усадьбы в д. Достоево Ивановского р-на, которые проводились в 2012–2013 гг. Цель работ была сформулирована следующим образом – определить местоположение усадьбы у д. Достоево и посредством историко-археологических исследований доказать принадлежность данной усадьбы роду Достоевских.

В случае с Достоевым, впервые в нашей практике, мы столкнулись с поиском усадебного комплекса с «нуля» на открытом посевном поле в нескольких квадратных километрах. Исходя из проделанной аналитической работы с доступным картографическим, библиографическим и документальным

материалом, нами было определено место перспективных разведочных раскопок на пахотном поле между деревнями Достоево и Вулька-Достоевская.

Комплексные работы 2012 г. позволили, с использованием новых компьютерных технологий и методами полевой классической археологии установить месторасположение искомой усадьбы, определить ее приблизительную площадь 1 га. Археологические раскопки 2012 г. дополнили имеющийся источниковый материал и показали, что уже в XVI в. на территории, находящейся между деревней Достоево и Вулька-Достоевская, находилась шляхетская усадьба и концентрировалась хозяйственная деятельность. Наряду с собранным большим количеством массового материала и индивидуальных находок, были изучены комплексы, датируемые XVI–XIX вв. Среди них особо выделяются остатки 5 каменно-кирпичных и деревянных сооружений, материковые ямы и фрагменты рва. Археологическое изучение показало закономерность топографического развития усадьбы. Возникнув в конце XVI в. на восток от современного памятного знака (правый берег мелиоративного канала впадающего в р. Струга), усадьба расширилась на запад, где и возник ряд построек более позднего времени.

В результате исследований 2013 г. было установлено, что объект 1 представлял собой жилое деревянное строение с крыльцом (входом), возможно неоднократно перестраиваемое, на каменном фундаменте, с деревянными пристройками и следами локального пожарища, прослеживаемое в восточной части здания. Общий размер здания на каменных фундаментах 20×16 м. Внутри здания обнаружены 5 развалов печей, глиняная гидроизоляция (покрытие) пола, остатки деревянных лаг и конструкций.

В ходе археологических исследований отмечена концентрация монет первой и второй половины XVII в. над гидроизолирующей прослойкой глины (полом) и внутренними конструкциями изученного здания. Это позволило определить верхнюю хронологическую границу исследуемого господского дома. Можно допустить, что он был возведен на рубеже XVI–XVII вв. и активно эксплуатировался до второй половины XVIII века.

Проведенные археологические исследования и изучение инвентаря 1754 г. на имение Достоево позволило сделать предварительную реконструкцию здания. На основе археологических и документальных данных подготовлен вариант предварительной реконструкции здания с указанием внутренней планировки и внешнего вида.

Археологические исследования объекта 2 (кухни) в 2013 году показали, что размеры объекта значительно больше ранее предполагаемых. Были обнаружены остатки печи на кирпичной платформе размером 4,75×2,75 м (имеет механические повреждения), отдельные фрагменты кирпичной кладки, следы деревянных конструкций. Однако значительная часть объекта 2 выходит за пределы раскопа 2 и требует дополнительных исследований.

Археологическая коллекция, собранная во время раскопок, позволяет провести анализ материальной культуры усадьбы в период XVI–XIX вв. Обширный керамический материал, дает представление о региональном своеобразии гончарного производства этого периода и южном направлении импорта. Хронологические рамки индивидуальных находок, соотносимы с хронологией массового материала – в основном это XVII–XVIII вв., хотя ряд керамической посуды и изразцов датируются XVI в.

Значительная коллекция свинцовых пуль (в том числе деформированных), собранная в границах зданий и рядом с ними, а так же наличие ядер позволило говорить о военных действиях локального масштаба на территории усадьбы. Вероятно, эти находки связаны с войной 1648–1654 гг., в ходе которой казацкие загоны осуществили ряд рейдов на белорусское Полесье. Обнаруженные артефакты, безусловно свидетельствуют о том, что исследуемая нами усадьба подверглась военному нападению в это период.

Отметим большое количество фрагментов поливных и терракотовых изразцов с элементами геральдических изображений. К ним относятся: экземпляры с изображением герба «Радван» рода Достоевских и «Правдзиц» рода Бреских. В процессе камеральной обработки сделана реконструкция изразца из небольших фрагментов, найденных в раскопах 1 и 2, с изображением герба – представителя рода Достоевских. Реконструированный изразец имеет изображение герба «Радван». В верхней части изразца имеются буквы «Р» (Pётр / Piotr), «D» (Достоевский / Dostojewski), «М» (Маршалок / Marszałek), «Р» (Пинский / Piński), разделенные точками. Под гербом цифры, «160» в левом нижнем углу изразца и «8» в правом. Можно утверждать, что обнаруженный на изразцах родовой герб принадлежал Петру Достоевскому, маршалку Пинскому, который именно в начале XVII века занимал эту должность.

Из имеющихся фрагментов, так же был частично реконструирован изразец с гербом «Правдзиц». Коррелируя имеющиеся исторические свидетельства о владении усадьбой в середине XVII в. Адамом Бреским и найденные фрагменты строительной керамики, можно утверждать, что именно он провел модернизацию внутренних интерьеров, заменив старые печные изразцы на продукцию с изображением своего родового герба.

Таким образом общая площадь исследования на усадьбе рода Достоевских составила 512 м², а собранная за 2012–2013 гг. археологическая коллекция – 2239 артефакта.

Следует отметить необходимость продолжения работ на территории открытого нами усадебного комплекса, поскольку исследована лишь небольшая часть застройки усадьбы. Дальнейшие широкомасштабные раскопки позволят более детально исследовать обнаруженные здания, а так же проследить этапы их перестроек и изменения конструктивных особенностей. Кроме того,

это даст возможность обнаружить новые археологические объекты, более детально изучить культурные напластования и материальную культуру данного периода. Возможно будут открыты новые факты родовой принадлежности данной усадьбы и перехода ее к другим владельцам.

Таким образом, историко-архивные и археологические исследования позволили установить месторасположение шляхетской усадьбы которая функционировала в период XVI–первой половине XIX вв. между деревнями Достоево и Вулька-Достоевская и доказать ее принадлежность к роду Достоевских, владевших этим имением в XVI–первой половине XVII вв.

В заключении отметим, что инициатива районных властей Ивановского р-на получить финансирование из бюджета Союзного государства Беларуси и России на восстановление и музеефикацию данного памятника не увенчалась успехом. В результате Брестская область лишилась возможности приобрести еще один знаковый объект туристической инфраструктуры международного значения.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЗАЩИТЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ХЭЧЖЭ

Хэчжэ (нанайцы) – одна из трансграничных этнических групп между Китаем и Россией, первоначально являвшаяся одной и той же этнической группой, но позже ставшая трансграничной этнической группой в связи с переделом китайско-российской границы. Народ хэчжэ (нанайцы) с древних времен проживал в районе Хэйлунцзян Китая и Хабаровском крае России и в процессе многолетнего исторического развития и трансформации сформировал уникальное нематериальное культурное наследие. Китайские и российские ученые в своих статьях подчеркивают важность охраны культурного наследия. В работе Гао Цзиньнянь обсуждаются нематериальное культурное наследие и культурная коммуникация, интеграция средств массовой информации в процесс наследования и развития нематериального культурного наследия [1, с. 138]. Тянь Янь в своем исследовании указала, что инновация методов сохранения и популяризации нематериального культурного наследия этнической группы может быть более эффективной с помощью современных средств массовой информации [2, с. 81]. По мнению Чжан И [3, с. 147] и Се Цзя [4, с. 61], традиционные промыслы и ремесла являются важной частью нематериального культурного наследия и необходимо обеспечить их сохранение. В своей статье Тан Ян описал текущее состояние охраны нематериального культурного наследия народа хэчжэ в Китае [5, с. 117–118].

Ю. А. Чулисова [6, с. 115–117] и Л. В. Преснякова [7, с. 83–87] представили в своих статьях нормативно-правовую базу охраны культурного наследия в России. В своей статье М. А. Додонова указала на специфические методы, характеризующие современную охрану культурного наследия России [8, с. 212]. По мнению И. Г. Алиева, электронные технологии являются важным средством защиты нематериального культурного наследия [9, с. 145]. О. Е. Шилова считает, что международное многостороннее сотрудничество, в котором ЮНЕСКО играет важную роль, способствует защите национально-го культурного наследия [10, с. 613–614].

В ноябре 1998 г. было рассмотрено и утверждено «Положение о Декларации шедевров устного и нематериального наследия человечества» ЮНЕСКО. Проект направлен на поощрение правительств, неправительственных организаций и местных сообществ к выявлению и охране нематериального наследия. В 2008 г. ЮНЕСКО установила Список нематериального культурного наследия. Подчеркивается, что нематериальное культурное наследие передается из

поколения в поколение различными этносами, но в то же время постоянно воссоздается социальными группами. Это важная международная конвенция об охране нематериального наследия, которая также обеспечивает международно-правовую основу для государств-членов для формулирования соответствующих внутренних законов [6, с. 117].

Китайское правительство придает большое значение защите нематериального культурного наследия, и соответствующие законы, принятые в последние годы, обеспечили надежную правовую гарантию защиты и развития нематериального культурного наследия. 25 февраля 2011 г. на 19-м заседании Постоянного комитета 11-го Всекитайского собрания народных представителей был принят Закон Китайской Народной Республики об охране нематериального культурного наследия [7, с. 83]. Являясь первым юридическим документом в этой области, он закладывает основу для формирования соответствующих политик и правил в этой области в будущем.

В 2016 г. в Набросках тринадцатого пятилетнего плана национального экономического и социального развития Китайской Народной Республики была установлена система наследования китайской традиционной культуры, усилена защита и передача нематериального культурного наследия. В 2018 г. Управление Государственного совета по борьбе с бедностью и Министерство культуры и туризма совместно выпустили Уведомление о поддержке создания семинаров по борьбе с бедностью и занятости, связанных с нематериальным культурным наследием [5, с. 120].

25 мая 2021 г. в 14-м пятилетнем плане защиты нематериального культурного наследия было предложено улучшить систему защиты и наследования нематериального культурного наследия Китая, усилить создание архивов и баз данных нематериального культурного наследия, укрепить исследовательскую работу по интерпретации китайских культурных генов, укреплению системного построения репрезентативных проектов нематериального культурного наследия, усилению управления репрезентативными проектами нематериального культурного наследия, усилению защиты классификации нематериального культурного наследия [11].

В то же время под руководством Министерства культуры, Министерства туризма провинция Хэйлунцзян также активно разрабатывает соответствующую политику защиты нематериального культурного наследия для содействия развитию и защите нематериального культурного наследия в провинции Хэйлунцзян. 1 октября 2016 г. в провинции Хэйлунцзян издали Положение об охране нематериального культурного наследия в провинции Хэйлунцзян, которое способствовало легализации и формализации охраны нематериального культурного наследия в провинции Хэйлунцзян и сыграло важную роль в защите нематериального культурного наследия. 24 февраля 2022 г. Управ-

ление культуры и туризма провинции Хэйлунцзян выпустило уведомление «О мерах по дальнейшему усилению защиты нематериального культурного наследия» [12].

Управление города Цзямусы, являющегося крупнейшим поселением народа хэчжэ в Китае, также активно участвует в защите нематериального культурного наследия народа хэчжэ. 19 декабря 2006 г. управление города Цзямусы издало «Уведомление о публикации и распространении мнений об усилении защиты нематериального культурного наследия в городе Цзямусы» [13].

Модельный закон «Об охране нематериального культурного наследия», принятый Межпарламентской Ассамблеей государств – участников СНГ 29 ноября 2013 г., определил, что «нематериальное культурное наследие – совокупность присущих этнической, социальной или конфессиональной группе духовных, интеллектуальных и нравственно-этических ценностей, являющихся отражением культурной и национальной самобытности общества и охватывающих образ жизни, традиции и формы их выражения, включая язык, нормы и правила поведения, верования, обряды, обычаи, празднества, фольклор, технологии изготовления предметов народного декоративно-прикладного искусства, музыкальных инструментов, предметов быта и народные художественные каноны, реализующиеся в исторически сложившихся сюжетах и образах и стилистике их воплощения» [6, с. 115–117].

9 октября 1992 г. Верховный Совет Российской Федерации принял «Основы законодательства Российской Федерации о культуре», в которых закреплён перечень культурного наследия различных национальностей в России, охраняемого законодательством Российской Федерации. В Федеральном законе «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» четко сказано, что охрана культурного наследия является одним из приоритетов развития Российского государства. Утверждена в 2008 г. Концепция сохранения и развития нематериального культурного наследия народов Российской Федерации на 2009–2015 годы. Главная цель государства – сохранение глубинных, базовых основ многонациональной культуры России, национальных языков и литературы, значимых традиций, памятников фольклора, защита культурной самобытности каждого народа России, создание условий для популяризации нематериального культурного наследия народов Российской Федерации с целью сохранения единого культурного пространства России [6, с. 118].

Китай и Россия обладают разнообразным нематериальным культурным наследием, которое содержит богатую традиционную культуру. Китай и Россия разработали множество политик по защите нематериального культурного наследия в соответствии со своими национальными условиями, однако

с ускорением урбанизации и постоянным обновлением культурного контента наследование нематериального культурного наследия сильно пострадало в новой культурной среде.

Основные ветви народа хэчжэ в Китае в основном распространены в поселке Хэчжэ, Цзецзинькоу, городе Тунцзян, поселке Бача Хэчжэ, поселке Сипай Хэчжэ, округе Жаохэ, городе Шуаньяшань, деревне Аоци Хэчжэ, городе Аоци, пригороде города Цзямусы, Фуюане, городе Чжаджи. Город, деревня Чжаджи Хэчжэ и другие места. Национальный язык – хэчжэ, без иероглифов. В России нанайцы в основном проживают в Хабаровском крае. Национальный язык – нанайский, в написании используется кириллица. С самого начала работы в области нематериального культурного наследия китайское и российское правительства последовательно издавали соответствующие документы по защите нематериального культурного наследия и создали относительно полную систему защиты нематериального культурного наследия (табл.).

Таблица 1. Список нематериального культурного наследия народности хэчжэ в Китае

Категория проекта	Название проекта	Год	Уровень
Виды народных обычаев	Традиционные свадебные обычаи	2014	Национальный
	Праздник Ужигун	2007	Провинциальный
	Традиционная одежда	2009	Провинциальный
	Обычай ловли лосося	2016	Провинциальный
	Обычай ловли бестера	2016	Провинциальный
Виды традиционных ремесел	Технология обработки рыбьей кожи	2006	Национальный
	Технологии изготовления рыболовных снастей	2013	Провинциальный
	Технология обработки бересты	2016	Провинциальный
Виды традиционного искусства	Картина из рыбьей кожи	2007	Провинциальный
	Вырезки из бумаги	2009	Провинциальный
	Поделки из рыбьей кости	2009	Провинциальный
Шедевр устного наследия человека	Имакань	2011	ЮНЕСКО
Виды традиционной музыки	Народная песня «Дялинкуо»	2009	Провинциальный
	Варган	2013	Провинциальный
Виды традиционного танца	Танец «Лебедь»	2009	Провинциальный
	Танец «Олень»	2013	Провинциальный
Виды народной литературы	Сказка «Тэлунгу»	2009	Провинциальный
	Сказка «Шуоухули»	2009	Провинциальный
	Легенда о Дяюйтай	2014	Городской
Виды спорта	Игра «Дулечи»	2010	Городской

В настоящее время Китай и Россия активно строят и развивают индустрию культурного туризма народа хэчжэ (нанайцы) и добились неплохих результатов, содействуя защите нематериального культурного наследия народа хэчжэ. Однако индустрия культурного туризма народа хэчжэ недостаточно развита, все еще есть очевидные недостатки в производственной цепочке и цепочке создания стоимости, вызванные отсутствием инновационных методов продвижения. Таким образом, чтобы поддерживать устойчивое развитие нематериального культурного наследия хэчжэ необходимо интегрировать культурное наследие в культурную индустрию.

Нематериальное культурное наследие является важным проявлением «мягкой силы» страны, и в контексте новой эпохи защита и наследование нематериального культурного наследия также должны идти в ногу со временем. В настоящее время Китай добился значительных успехов в области оцифровки нематериального культурного наследия, органично интегрируя нематериальное культурное наследие Китая в индустрию культуры. Например, китайская анимация «Один из отвергнутых» использует китайскую народную песню Чунцина «Самшитовое коромысло» в музыке, а народная песня «Синтянью» – в северной провинции Шэньси и т. д. В анимации используется сюжет и характерный художественный образ, чтобы интерпретировать традиционную китайскую культуру. Способ распространения позволяет аудитории незаметно формировать национальную идентичность, а также позволяет лучше развивать нематериальное культурное наследие Китая. Во время зимних Олимпийских игр 2022 г. в Пекине тайцзицюань с искусственным интеллектом, представленный в главном медиацентре зимних Олимпийских игр в Пекине, не только демонстрировал технологии и культуру Китая, но и лучше знакомил мир с нематериальным культурным наследием Китая. В процессе инновационной защиты нематериального культурного наследия к национальным обычаям, ремеслам, народному искусству, танцам могут быть добавлены такие элементы, как цвета, формы и анимация, а также могут быть интегрированы изображения, аудиоресурсы и видеоресурсы, чтобы пользователи могли получить лучший сенсорный опыт. Следует отметить, что инновация нематериального культурного наследия должна основываться на традиционном мастерстве, которое нельзя отделить от национальной истории и культуры, и здесь следует избегать чрезмерной коммерциализации. Распространение культурного наследия хэчжэ (нанайцев) может извлечь уроки из этого метода, интегрируя традиционную музыку, народные обычаи, традиционные ремесла, танцы и литературу в индустрию культуры, чтобы нематериальное культурное наследие хэчжэ (нанайцев) стало широко доступным.

В условиях эпохи новых медиа способы получения информации становятся все более разнообразными, и общество все больше склоняется

к использованию компьютеров и смартфонов. В отношении нематериального культурного наследия информационные технологии с применением компьютеров, мобильных телефонов и т. д. могут использоваться для преобразования информации о нематериальном культурном наследии в осязаемые и важные данные, для установления беспрепятственного канала между пользователями и информацией. Так, в Центре защиты нематериального культурного наследия города Тунцзян распространение нематериального культурного наследия осуществляется в интернете посредством прямых трансляций и коротких видеороликов. Развитие мобильных терминалов также придало новый импульс наследованию нематериального культурного наследия. Мобильные терминалы более удобны для людей для понимания и восприятия информации, а благодаря технической поддержке отображение нематериального культурного наследия может быть осуществлено более эффективно.

Нематериальное культурное наследие является важным богатством в истории человеческой культуры и представляет собой кристаллизацию мудрости различных этносов в тысячелетней истории. С прогрессом и развитием науки и техники необходимо эффективно использовать новые технологии, углублять взаимодействие между нематериальным культурным наследием и формирующимися индустриями культуры и людьми, тем самым способствуя развитию и охране нематериального культурного наследия.

Список использованных источников

1. Гао, Цзиньянь. Наследование и инновационное развитие нематериального культурного наследия с точки зрения медиаинтеграции / Цзиньянь Гао // Журнал Северо-Западного университета национальностей (издание по философии и социальным наукам). – 2020. – № 6. – С. 132–139.
2. Тянь, Янь. Исследования по инновациям режима наследования нематериального культурного наследия меньшинств / Янь Тянь // Социальные науки Гуйчжоу. – 2019. – № 8. – С. 81–86.
3. Чжан, И. О наследовании и инновациях предметов нематериального культурного наследия традиционных ремесел / И Чжан // Культурное наследие. – 2020. – № 1. – С. 147–153.
4. Се, Цзя. Исследования по инновациям путей передачи нематериального культурного наследия / Цзя Се // Культурные коммуникативные исследования. – 2021. – № 10. – С. 61–63.
5. Тан, Ян. Творческая трансформация и инновационное развитие нематериального культурного наследия хэчжэ / Ян Тан // Этническая серия Хэйлунцзян. – 2021. – № 2. – С. 115–121.

6. Чулисова, Ю. А. Конституционно-правовая охрана объектов нематериального культурного наследия в России: проблемы и перспективы развития / Ю. А. Чулисова // Известия Саратовского университета. Новая сер. Сер. Экономика. Управление. Право. – 2022. – № 22 (1). – С. 114–122.
7. Преснякова, Л. В. Законодательство России и Китая в сфере нематериального культурного наследия: сравнительный анализ / Л. В. Преснякова, Н. А. Пономарчук // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1 (32). – С. 82–89.
8. Додонова, М. А. Специфика охраны нематериального культурного наследия на территории Российской Федерации / М. А. Додонова // Этнодиалоги. – 2018. – № 2 (56). – С. 207–217.
9. Алиева, И. Г. Музыкально-компьютерные технологии как инструмент трансляции и сохранения музыкального фольклора (на примере Дальнего Востока России) / И. Г. Алиева, И. Б. Горбунова, С. В. Мезенцева // Проблемы музыкальной науки. – 2019. – № 1. – С. 140–149.
10. Шилова, О. Е. Роль ЮНЕСКО в охране нематериального культурного наследия / О. Е. Шилова // Культура и искусство. – 2014. – № 6. – С. 611–617.
11. Министерство культуры и туризма Китайской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/hlj/201609/t20160908_781345.htm.
12. Департамент культуры и туризма провинции Хэйлунцзян [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wlt.hlj.gov.cn/newzwgk/show.html?id=307752&classid=145&pid=119>.
13. Муниципальное народное правительство Цзямусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zejm.jms.gov.cn/zwgk/html/zwgk/content/op_38322.html.

Донских С. В.,
кандидат культурологии, доцент кафедры туризма
и культурного наследия учреждения образования
«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

ПРОБЛЕМА ДИВЕРСИФИКАЦИИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ЛИДСКОГО РАЙОНА

Туризм как отрасль экономики неразрывно связан со сферой услуг, но имеет одну ярко выраженную особенность. В большинстве секторов услуги, работы и сопутствующие товары стремятся к локациям, как можно более приближенным к местам постоянного проживания конечных потребителей. В туризме потребитель должен временно покинуть место постоянного проживания, чтобы получить необходимую или желанную услугу. Об этом часто забывают отечественные экономисты. Они уделяют большое внимание вопросам повышения конкурентоспособности таких составляющих туристической отрасли, как средства размещения и питания, но не обращают внимания на тот факт, что без уникальных туристических ресурсов – достопримечательностей и объектов показа – у потенциального туриста не возникает потребности в путешествии и покупке сопутствующих услуг перемещения, проживания и питания. Качество и ассортимент этих услуг влияют на качество туристического продукта, но не могут его сформировать сами по себе без привлекательных туристических ресурсов – объектов туристического интереса и показа [6, с. 101–106].

Для Беларуси особое значение имеют историко-культурные туристические ресурсы. Во-первых, они в гораздо меньшей степени подвержены фактору сезонности, которая существенно ограничивает развитие туристической отрасли в странах Восточной Европы [5, с. 20–22]. Во-вторых, они являются основой для развития внутреннего туристического рынка, который, как показал опыт недавней пандемии COVID-19, гораздо более устойчив к воздействию внешних неблагоприятных факторов. Поэтому для белорусских регионов активизацию работы по расширению рынка культурного туризма целесообразно начинать с анализа наличных историко-культурных ресурсов и их диверсификации, что позволит увеличить емкость местного туристического рынка [1, с. 26–28; 7, с. 63–65].

Примером необходимости такого рода работы является расположенный в центре Принимаеманского края Лидский район Гродненской области. В настоящее время он занимает относительно скромное место на белорусском рынке

культурного туризма. При этом центром района является достаточно крупный по белорусским меркам город Лида с населением в 100 тысяч человек и развитой сферой услуг. Локация города на пересечении железнодорожных и автомобильных путей делает его идеальной дестинацией для туров выходного дня жителей Минска, Гродно и Вильнюса. В 2023 г. Лида отметит знаменательную дату – 700-летие со дня основания города, что позволит привлечь внимание к местной туристической дестинации.

На рубеже XX–XXI вв. Лидский район был достаточно популярным местом посещения у белорусских туристов. Основными достопримечательностями являлись замок и планетарий в Лиде и стеклозавод в Березовке. Как правило, посещение Лиды было интегрировано в один туристический маршрут с Новогрудком. Здесь вниманию туристов предлагались руины замка, дом-музей поэта Адама Мицкевича и Новогрудский историко-краеведческий музей. Однако с завершением реконструкции замковых комплексов в Мире и Несвиже, включенных в Список всемирного наследия ЮНЕСКО, туристические потоки переориентировались на новые достопримечательности. В начале XXI в. хрусталь потерял статус престижного предмета потребления, что негативно сказалось на объемах туристического потока на стеклозавод «Неман» в Березовке. Прекратил свою работу Лидский планетарий. Единственной известной на национальном уровне лидской достопримечательностью остался Лидский замок [5, с. 298].

Как показывает анализ статистики, наличие одного объекта показа, даже крупного, уникального и аутентичного, обрекает локальную туристическую дестинацию на стагнацию. Лидский замок вместе с историко-художественным музеем и домом писателя Валентина Тавлая является одним из объектов ГУ «Лидский историко-художественный музей». В 2016 г. музей посетили 88,5 тысячи человек. По данным Лидского райисполкома, в 2021 г. только Лидский замок посетило 72,2 тысячи человек [4, с. 27–28].

Коллектив ГУ «Лидский историко-художественный музей» проводит большую работу по оказанию туристско-экскурсионных услуг. В 2021 г. сотрудниками музея было проведено самое большое количество экскурсий в Гродненской области – 1722. В настоящее время в двух башнях Лидского замка расположены экспозиции и выставки, где представлены уникальные археологические находки. В северо-восточной башне работает выставочный проект «Лидский замок. Исторические события и личности». На шести ярусах башни расположены выставки: «Охотничий зал», «Оружейный зал», «Пир в Лидском замке», а также выставки из частных коллекций. В юго-западной башне посетителям представлена экспозиция «От XIV столетия...», рассказывающая о средневековом прошлом Лидского замка. По предварительным заявкам проводятся музейные занятия и квесты: «Ключи от города», «В эпоху

рыцарства», «21 тайна Лидского замка»; анимационные программы: «Твердыня Гедимины», «Л. 3. – 1323», «День рождения в Лидском замке»; театрализованная экскурсия «Вандроўка ў мінулае». В плане организации и проведения туристических анимационных программ Лидский историко-художественный музей является одним из лидеров в Беларуси. Несмотря на это, объем туристического потока не возрастает. Вероятно, Лидский замок как объект показа должен быть дополнен другими достопримечательностями и услугами.

Список материальных недвижимых историко-культурных ценностей Республики Беларусь на территории Лидского района включает в себя 38 объектов:

1 объект – категории «0» (объекты из основного или предварительного Списка всемирного наследия ЮНЕСКО): пункт Геодезической дуги Струве у д. Докудово;

1 объект – категории «1» (уникальные объекты международного значения): Лидский замок XIV в.;

4 объекта – категории «2» (историко-культурные ценности республиканского значения): костел Воздвижения Святого креста в г. Лиде XVIII в., ансамбль бывшего монастыря пиаров в г. Лиде 1797–1824 гг., здание почты в г. Лиде 1930 г., Михайловский костел в д. Белогруда 1900–1905 гг.;

32 объекта – категории «3» (историко-культурные ценности регионального значения): 14 памятников археологии, 8 памятников са크ральной архитектуры, 5 памятников истории, связанных с Великой Отечественной войной, 3 отдельных здания и 2 усадьбы (одна из них сохранилась частично).

По территории Лидского района объекты из Списка материальных недвижимых историко-культурных ценностей Республики Беларусь размещены неравномерно. 10 объектов расположены в г. Лиде, включая единственный в районе объект категории «1» и три объекта из четырех категории «2». 3 объекта находятся в аг. Белица. По 2 объекта расположены в Белогруде, Гончарах и Песковцах. Следует отметить, что памятники археологии характеризуются крайне низкой визуализацией и аттрактивностью и практически не используются в экскурсионной работе в качестве объектов показа. Таким образом, в туристско-экскурсионной работе на территории Лидского района могут быть задействованы лишь 24 объекта из 38, внесенных в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь. 10 из них, включая наиболее ценные объекты категории «1» и «2», расположены в г. Лиде.

Относительно небольшое число памятников истории и культуры на территории Лидского района отчасти компенсируется поддержкой, которую местные власти оказывают инициативам в области культуры и искусства. В 1993 г. в Лиде появился первый в независимой Республике Беларусь памятник белорусскому просветителю и первопечатнику Франциску

Скорине. В 2019 г. рядом с Лидским замком был установлен величественный памятник основателю города князю Гедимину. В начале XXI в. Лиду украсили несколько городских скульптур. Самой известной из них стал «Командировочный» (2008 г.) у гостиницы «Лида». С 2019 г. в рамках частной инициативы на базе старой разрушенной усадьбы Пусловских в д. Дворище восстанавливается исторический комплекс зданий, основой которого является уникальная каменная мельница. В настоящее время это загородный комплекс «Вольный мельник», который предлагает широкий спектр туристско-экскурсионных и анимационных услуг. Все эти объекты являются популярными у туристов достопримечательностями, хотя официально они не включены в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь, так как созданы менее 40 лет тому назад. Таким образом, культурные и творческие инициативы способны компенсировать относительно небольшое число историко-культурных памятников и повысить привлекательность Лидского района для отечественных и зарубежных туристов.

Диверсификация историко-культурных туристических ресурсов Лидского района возможна за счет нематериального наследия. В Лидском районе лишь 1 уникальный элемент нематериального культурного наследия включен в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь. Это традиционное белоузорчатое ткачество Понеманья, возрожденное на базе Лидского районного центра культуры и народного творчества. Помимо этого, мастера Лидского районного центра культуры и народного творчества сохраняют и популяризируют две народные традиции, характерные для всего Понеманья: художественные практики соломоплетения и «выцінанкі» (вырезание ажурных бумажных узоров и изображения). Нематериальное культурное наследие обладает значительным туристическим потенциалом, особенно в плане организации анимационных программ и услуг. Лидский район может предложить три такие услуги, связанные с традиционными ремеслами, но все они локализованы в г. Лиде.

Отдельным туристическим ресурсом являются люди. Согласно экспертам Всемирной туристической организации (UNWTO), в начале XXI в. в связи с общими тенденциями старения населения, роста уровня образования и экологической ответственности начался переход от традиционной модели экстенсивного, массового «туризма трех S» (от английских слов «Sea, Sun, Sand» – море, солнце и песок) к мягкой модели устойчивого развития «туризма трех L» (от английских слов «Leisure, Lore, Landscape» – досуг, обычаи и пейзаж). Для стран, лишенных очевидных природных туристических ресурсов (море, горы), таких как Беларусь, новые тренды открывают уникальные возможности для развития туризма. В модели «трех L» особое

место занимают обычаи – уникальные, свойственные конкретной этнокультурной группе традиции, ремесла и промыслы, которые передаются в устной форме в процессе непосредственного общения из поколения в поколение [2].

В данном контексте Лидский район и смежные с ним Вороновский, Ивьевский и Щучинский районы являются самыми многонациональными территориально-административными единицами в Республике Беларусь, где по сегодняшний день проживает польское, литовское и татарское население, а также сохранились многочисленные памятники, связанные с историей и культурой еврейского народа на белорусской земле. Сравнительные данные по итогам переписи населения 2019 г. по национальному составу населения Лидского района с соседними территориально-административными единицами, или Лидского субрегиона, приведен в таблице 1.

Таблица 1. Национальный состав Лидского субрегиона

	Национальный состав населения в %					
	Белорусы	Русские	Поляки	Украинцы	Литовцы	Татары
Лидский район	51,4	9,4	35,3	1,7	0,1	0,1
Вороновский район	13,0	3,0	80,8	0,6	1,6	0,1
Ивьевский район	79,6	2,4	15,4	0,3	–	1,8
Щучинский район	45,0	6,4	46,4	1,3	–	–
Гродненская область	66,7	8,2	21,5	1,4	0,2	0,2
Республика Беларусь	84,9	7,5	3,1	1,7	0,1	0,1

Источник: собственная разработка автора на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Таким образом, яркой особенностью Лидского района и смежных территориально-административных единиц является многонациональный состав населения, которое издавна проживает на правом берегу Немана и бережно хранит исконные культурные традиции. Этнокультурное разнообразие выделенного локального региона позволяет успешно позиционировать его на национальном уровне как исторически сложившийся уникальный регион этнокультурного разнообразия и формировать широкий ассортимент туристско-экскурсионных продуктов, связанных с аутентичными традициями и обычаями местного населения.

Однако актуальные туристско-экскурсионные услуги Лидского района не учитывают фактор его этнокультурного разнообразия. В Лидском историко-художественном музее открыта стационарная музейная выставка

«Путешествие во времени» (этнографическая экспозиция). На базе выставки «Путешествие во времени» проходят интерактивные занятия «Ад печи да стала», «Таямніцы хлеба», «Згадкі з беларускай хаткі». Это авторские анимационные программы для детей школьного возраста, которые мало известны за пределами Лиды как специалистам туристических предприятий, так и педагогам учреждений образования Гродненской области. Активную работу по сохранению и популяризации традиционной народной культуры Лидского района осуществляет ГУ «Лидский районный центр культуры и народного творчества». В структуре центра действуют отдел ремесел и традиционной культуры «Спадчына», 14 местных филиалов и 10 творческих коллективов – от ансамблей бытовых инструментов до клуба исторической (средневековой) реконструкции. На 2022 г. под эгидой Лидского районного центра культуры и народного творчества запланировано проведение 14 фестивалей и конкурсов. 7 из них приходится на туристический сезон и могут представлять интерес для гостей при условии формирования целостного туристического продукта (транспортное обеспечение, туристско-экскурсионные и анимационные услуги, горячее питание, сувенирная продукция и т. п.). Однако все эти услуги и мероприятия не учитывают и не отражают этнокультурного разнообразия Лидского района, на территории которого гражданин Республики Беларусь, не пересекая государственную границу, мог бы непосредственно познакомиться (попробовать, поучаствовать, почувствовать и т. д.) с аутентичными культурными традициями нескольких европейских народов [3, с. 154–161].

Таким образом, простой показ достопримечательностей не может рассматриваться как достаточное основание для развития туристско-экскурсионных услуг в рамках туристического кластера Лидского района. Необходим широкий спектр дополнительных услуг, связанных с туристической анимацией, активными практиками и впечатлениями туристов, основанными на местном аутентичном нематериальном культурном наследии народов, издавна проживающих на Лидской земле.

Список использованных источников

1. Гайдукевич, Л. М. Культурный туризм : теория и практика / Л. М. Гайдукевич. – Минск : Четыре четверти, 2013. – 192 с.
2. Гісторыя і культура ў сельскім развіцці = История и культура в сельском развитии / пад агул. рэд. М. М. Малінінай. – Мінск : Прапілеі, 2014. – 200 с.
3. Клицунова, В. А. Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений / В. А. Клицунова. – Минск : Экоперспектива, 2015. – 219 с.

4. Культура Республики Беларусь. Статистический сборник / под ред. И. В. Медведевой. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. – 108 с.
5. Локотко, А. И. Историко-культурные ландшафты Беларуси / А. И. Локотко. – Минск : Белорусская наука, 2006. – 470 с.
6. Сектор услуг Беларуси: проблемы и перспективы развития / О. С. Булко [и др.]. ; науч. ред. : А. Е. Дайнеко, О. С. Булко ; НАН Беларуси, Институт экономики. – Минск : Беларуская навука, 2016. – 271 с.
7. Хухлындина, Л. М. Культурное наследие в туризме / Л. М. Хухлындина, Л. М. Гайдукевич. – Минск : БГЭУ, 2011. – 335 с.

Журавлева Н. Б.,
кандидат исторических наук, доцент кафедры туризма
и культурного наследия учреждения образования
«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

НЕКОТОРЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ СОХРАНЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

До начала XX в. для мирового культурного процесса была характерна локализация, т. е. все, что происходило в сфере культуры, было связано с определенным этносом, с конкретной нацией. Взаимодействие культур, заимствование отдельных элементов, как правило, не нарушало культурной самобытности, культурного ядра. Сохранялась определенная система ценностей, основанная на религиозных, этнических, национальных особенностях. Такая культура являлась важнейшим средством идентификации и отдельного индивида, и целой социальной общности.

Однако уже к середине XX в. быстрое развитие средств коммуникации (как одно из проявлений глобализации) способствовало некоторой деформации национальной культурной самобытности. Положение усугублялось тем, что национальные культуры находились на разных стадиях исторического развития, обладали разным весом, разными возможностями влияния и в зависимости от этого попадали в положение «ведущего» или «ведомого». Западная культура, обладая мощной информационно-коммуникационной системой воздействия, заняла лидирующие позиции и постепенно стала втягивать в орбиту своего влияния остальной мир. Массовая культура, авторство которой обычно приписывают США, в силу своей простоты, легкости восприятия и прочего оказалась весьма привлекательна, она быстро распространилась по всему миру и даже стала восприниматься как некий культурный стандарт. Теоретическое обоснование этому дала философия постмодернизма, которая сформировала «геном нового глобального общества, который характеризует бесосновность, отказ от какой-либо укорененности в традиции, и функциональность, где критерием эффективности выступает удовлетворение желания... Подобные черты определяют глобальное общество массового потребления» [1, с. 34]. Эта ситуация явилась продолжением процессов глобализации, начавшейся в экономике и политике и постепенно распространившейся и на сферу культуры. Некоторые формы культуры, прежде всего нематериальной культуры (традиции, обычаи, фольклор), оказались на грани исчезновения. И причин здесь несколько. Первая – это размывание или даже исчезновение среды, в которой формировались и бытовали традиции, обряды,

навыки народных промыслов и прочее. Вторая причина, на наш взгляд, в том, что значительной частью общества многие формы нематериальной культуры стали рассматриваться как нечто отжившее, утратившее значение и даже препятствующее прогрессивному развитию.

Обладея колоссальными преимуществами в виде свободного перемещения людей и капиталов, созданным общим информационным пространством и прочим, глобализация несла и существенные негативные последствия, прежде всего в сфере культуры. Вновь сформировавшаяся глобальная культура стала угрожать национальной, традиционной, уничтожая ее самобытность, нивелируя ценности и традиции, разрушая ее как основной фактор идентификации этноса и личности. Особую опасность эти процессы несут так называемым малым культурам, поскольку «далеко не каждое государственное образование способно сохранить равнозначность и баланс интересов обоих этих явлений одновременно (глобализации и национальной идентичности – Н. Ж.). Это непременно приводит к ассимиляции, которая, в свою очередь, способна полностью растворить национальную культуру. То есть глобализация выступает угрозой для наций и этносов» [6, с. 63–64]. В сложившейся глобализационной дихотомии («позитивный – негативный») на начальных этапах преобладало положительное отношение к происходящим процессам: и к формированию универсальных ценностей, принципов, стандартов, и к доступности информации, и к самому культурному обмену. Однако постепенно и среди исследователей, и в повседневной жизни стала нарастать тревога в связи с опасениями потери культурной самобытности и уникальности. Все острее вставал вопрос о необходимости сохранения национальной культуры, национальной идентичности.

Прежде всего это касается нематериального культурного наследия, к которому традиционно относят язык, устное народное творчество, мифы и предания, национальные ремесла, обычаи и бытовые традиции и прочее. Нематериальное культурное наследие является наиболее хрупкой, уязвимой частью культуры, его легче исказить, деформировать, просто потерять. В то же время именно здесь более всего воплощается душа народа, его картина мира, система норм и ценностей. Нематериальное культурное наследие – это своего рода философия народа, осознание себя, понимание своего места и предназначения. Показательно, что наряду с термином «нематериальное» («non-material»), в зарубежной литературе часто употребляется термин «неосязаемое» («intangible»), подчеркивающий, что речь идет об объектах, не овеществленных в предметной форме [3, с. 245]. Тем самым подчеркивается хрупкость, уязвимость этого феномена.

Существование и развитие национальных культур в условиях глобализации может идти двумя путями. Первый путь – это так называемый плавильный котел, американский вариант формирования новой нации из носителей

разных культур, рас, языков. Но тогда были другие исторические условия, другие цели и задачи. Плавильный котел был необходим, чтобы выжить, чтобы создать новую цивилизацию, новую идентичность. Не менее важно, что иммигранты из разных стран оказались примерно в одинаковых условиях. Современная ситуация принципиально иная. Она характеризуется тем, что культуры оказываются в «глобальном коммуникационном пространстве, которое функционирует по принципам доминирующей в научно-техническом отношении культуры» [5, с. 19]. В информационно-коммуникационных технологиях лидерство оказалось за США, чье влияние быстро и успешно стало распространяться по всему миру и, как следствие, породило феномен американизации. Особенно это проявилось в языке, в использовании американизмов, что, с одной стороны, учитывая информационное доминирование США, объяснимо. Но, с другой стороны, не может не вызывать беспокойства, поскольку «язык выступает не просто как определенная система знаков... а является четким отражением представлений и ценностей, существующих в единой картине мира. То есть можно вывести логическую взаимосвязь: если будет утрачен язык, то будет утрачена и национальная культура» [6, с. 64].

Второй путь развития – это равноправный диалог, не стирающий, не подавляющий национальные, религиозные, языковые различия, а лишь способствующий приобретению нового знания и опыта, взаимному обогащению культур при сохранении национальной культурной идентичности. Для достижения этой цели важно осмысленно и взвешенно разработать подходы и методы к политике сохранения исторической и национальной памяти. Особо следует выделить «политику в сфере образования и пересекающиеся с ней сферы языковой политики, символической политики и политики памяти. Отдельного внимания заслуживает оценка влияния произведений художественной культуры (особенно таких массовых жанров, как кино) и роли традиционных СМИ и новых медиа, а также механизмов их интеграции в политику идентичности» [7, с. 17]. Представляется, что приоритетной здесь является политика в сфере образования, которая затрагивает практически все слои общества: молодое поколение, педагогов, ученых, деятелей культуры, различные просветительские сообщества, разнообразные СМИ и др. Именно семья и политика в сфере образования формируют и закладывают исторический и культурный код национальной идентичности, используя разные инструменты.

Одним из наиболее эффективных хранителей национальной памяти, национального культурного наследия являются музеи. Несмотря на эру тотальной компьютеризации, музеи не утратили своей роли и значения. Задачи их обширны и разнообразны и заслуживают отдельного исследования. Однако одной из важнейших задач является именно сохранение и пропаганда нематериального культурного наследия. Современный музей – это не только

место просвещения и развлечения, но и «мощное коммуникационное средство, посредством которого человек вступает в диалог с прошлым и настоящим, приобщается к достижениям прошлых эпох и сохраняет историческую память» [2, с. 219]. Традиционные экскурсии сегодня уступают место новым интерактивным формам работы, которые предполагают активную коммуникацию с посетителями, создание им возможностей для физического контакта с экспонатами, вовлечение их в сценические постановки, игры, тематические викторины и прочее. Используя новые инновационные формы работы, музеи могут не только хранить и демонстрировать свидетельства истории и культуры народа, но и помочь посетителям соприкоснуться, почувствовать особенности и богатство нематериального культурного наследия: традиций, обрядов, обычаев. Грамотно организованное музейное пространство «с использованием возможностей инновационной техники, интерактивных приемов показа можно визуализировать и заинтересовать аудиторию разнообразным материалом» [8, с. 57]. Надо создавать многовариантное музейное пространство, которое не только позволит отойти от привычных шаблонов, но и повысит привлекательность музея как социокультурного института.

Одним из эффективных инструментов для достижения этой цели является музейная анимация, некое сценическое действие с участием посетителей. С помощью анимации идет популяризация, а иногда и знакомство с народными традициями, обрядами, ритуалами – всем тем, что составляет основу нематериального культурного наследия.

Слово «традиция» в переводе с латинского означает передавать – передавать опыт, знания, модели поведения. Традиция исполняет роль клише в поступках, образе мышления, ценностных предпочтениях, поскольку в ней актуализирован предшествующий опыт. Не прошлое как таковое учит людей, а прошлое, организованное в традицию [4, с. 56]. В музейной анимации традиция выступает как демонстрация какого-либо вида деятельности: привычек, обычаев, ритуалов. Они непосредственно вовлекают человека в деятельность. Как и традиции, обряды и ритуалы предписывали человеку определенные правила поведения, нормы и ценности. Фактически обряд – это реализация традиции в важнейшие моменты жизни человека или окружающей природы. Обычно обряды связаны с хозяйственными (календарными) циклами или с важными моментами жизни человека (рождение, крещение, свадьба и др.). Каждый обряд включает в себя разнообразные, чаще всего регионально-самобытные ритуалы. Ритуал – это прежде всего способ четкого воспроизведения эталонных действий. Точное воспроизведение ритуала помогает добиться порядка и процветания. В целом ритуал призван поддерживать порядок не только в социуме, но и во всей системе мироздания [4, с. 58].

Для сохранения, популяризации и продвижения национальной культуры музеи разрабатывают сценарии обрядов, основываясь и на письменных источниках, и на устных рассказах носителей этих традиций. Одним из самых любимых обрядов во все времена была свадьба. Свадьба – это не только торжественная церемония, посвященная заключению брака, но и древний ритуал, уходящий корнями в глубь веков. Использование этого ритуала в музейной анимации представляется весьма продуктивным.

Издавна белорусская народная свадьба начинается со сватовства. Спустя одну-две недели следовали смотрины, накануне свадьбы у невесты устраивали девичник и т. д. Сегодня с каждым годом растет интерес к народным традициям, в том числе среди молодежи, именно поэтому в последнее время достаточно популярными и востребованными стали выездные регистрации, проходящие в соответствии с древними канонами. Чаще всего выездную регистрацию проводят в агроусадьбах, домах культуры и музеях. Например, Лидский историко-художественный музей активно помогает в организации и проведении свадеб в народном стиле со всеми традициями, в том числе кулинарными.

К числу удачных анимационных мероприятий можно отнести реконструкцию бала, состоявшуюся 22 апреля 2017 г. в Новом замке в Гродно. Кавалеры были во фраках, дамы – в роскошных платьях. Подобное мероприятие в городе проходило впервые. Темой бала был период середины XIX в. Главные участники – любители истории, увлекающиеся историей моды. Они самишили или заказывали костюмы, соответствующие выбранной эпохе. Исторические образы дополняли прически и аксессуары.

Популярным явлением в деятельности музеев по всему миру стало использование такой составляющей нематериального культурного наследия как кулинарные традиции. Во многих странах мира создаются музеи еды, где через интерактивные композиции, мастер-классы по приготовлению разнообразных блюд приоткрывается одна из интересных и важных страничек национальной культуры. Достаточно назвать музей пармской ветчины, музей мороженого в Болонье, музей рамен (популярная суп-лапша) в Йокогаме, интерактивный музей древнерусской кухни «Еда Руси» и др., чтобы понять, насколько притягательной и востребованной является эта часть культурного наследия народа.

Беларусь также обладает богатыми и разнообразными кулинарными традициями. Только в Государственном списке историко-культурных ценностей РБ под охраной находится 14 кулинарных традиций нашей страны. Среди них – традиционные блюда «Масляны баран» и «Клёцкі з “душамі”», рыба, сушеная в печи на соломе, «Поразаўская банкуха», обрядовые караваи и др. К сожалению, наши музеи мало используют национальные кулинарные традиции для сохранения и популяризации нематериального культурного наследия наших предков. Приятным исключением, пожалуй, является Одельский центр

культуры и народного творчества, который активно возрождает и пропагандирует старинные технологии приготовления национальных блюд, среди которых бигос, бабка, картофельная кишка и др.

Нематериальное культурное наследие является важным фактором сохранения культурного разнообразия в условиях растущей глобализации. Значение нематериального культурного наследия заключается не в самом культурном проявлении, а в богатстве знаний и навыков, передаваемых через него от одного поколения к другому. Социальная и экономическая ценность такой передачи знаний актуальна для всех основных социальных групп внутри государства и имеет такое же значение для развивающихся государств, как и для развитых.

Список использованных источников

1. Аполлонов, И. А. Проблема оснований этнокультурной идентичности в контексте глобализации / И. А. Аполлонов, И. Д. Тарба // Вопросы философии. – 2017. – № 8. – С. 30–42.
2. Журавлева, Н. Б. Музейная анимация в контексте экскурсионно-туристической деятельности // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : сб. тр. XII Междунар. науч.-практич. конф., Пинск, 27 апреля 2018 г. / отв. ред. К. К. Шебеко. – Пинск : ПолесГУ, 2018. – С. 219–221.
3. Кирюшина, Ю. В. Нематериальное культурное наследие – актуальное понятие современности / Ю. В. Кирюшина // Философия, социология и культурология. – 2011. – № 6. – С. 244–247.
4. Мамедова, Н. М. Традиции в социокультурной ретроспективе / Н. М. Мамедова // Научный вестник МГТУ ГА. – 2014. – № 203 (5). – С. 55–61.
5. Миронов, В. В. Мультикультурализм: толерантность или признание? / В. В. Миронов, Д. Миронова // Вопросы философии. – 2017. – № 6. – С. 16–28.
6. Панибратцев, А. В. Факторы влияния глобализации на развитие национальной культуры / А. В. Панибратцев // Регион и мир. – 2019. – № 6. – С. 61–66.
7. Семеняко, И. В. Новые ракурсы политики идентичности: трудная память в музеях истории XX века / И. В. Семеняко // Мировая экономика и международные отношения. – 2020. – № 5. – С. 16–32.
8. Супрунчук, А. П. Музей XXI века сквозь призму «Visualstudies» / А. П. Супрунчук // Искусство и культура. – 2016. – № 4. – С. 55–59.

Ковалев Б. Н.,

доктор исторических наук, профессор, ведущий научный сотрудник
Санкт-Петербургского института истории РАН, ведущий научный
сотрудник Института истории обороны и блокады Ленинграда

ПАМЯТЬ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ В ПОКЛОННОМ ТУРИЗМЕ НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РОССИИ

Память о Великой Отечественной войне на Северо-Западе России в первую очередь связана с трагическими событиями блокады Ленинграда. Первые попытки ее мемориализации были предприняты еще в условиях продолжавшихся боевых действий на основе выставки трофейного немецкого оружия, захваченного в 1943 г. во время прорыва обороны гитлеровцев и их союзников. Однако как негативное последствие «Ленинградского дела» Музей обороны Ленинграда был осенью 1949 г. закрыт временно, а в 1952 г. окончательно.

Тогда, в те годы, были репрессированы многие руководители Ленинграда, включая начальника Ленинградского штаба партизанского движения Михаила Никитина. Гораздо меньше стали говорить и писать и о героической борьбе народных мстителей на оккупированной гитлеровцами территории Ленинградской области.

Эта ситуация стала кардинально меняться с 1960-х годов. Древний русский город Новгород был открыт для массового посещения иностранными туристами только в 1956 г. До этого в нем не имелось ни одной подходящей гостиницы. При этом, несмотря на полное отсутствие туристической инфраструктуры, среди советской молодежи становятся популярными различные познавательные маршруты. Государство отлично осознавало, что здесь имеется широкое поле для применения различных аспектов патриотического воспитания.

Вчерашних ленинградских партизан не смущало отсутствие гостиниц, дефицит транспорта и качество дорог. Походы и слеты в местах бывших боев стали частью их повседневной жизни. Они привыкли жить в более чем экстремальных условиях. Кроме самих ветеранов Великой Отечественной войны, в походах по местам, связанным с партизанским движением Сопротивления, самое активное участие принимала молодежь региона. Для них Новгородским музеем разрабатывались специальные маршруты. Они включали в себя объекты, находившиеся на территории Ленинградской, Новгородской и Псковской областей. Предлагалось множество маршрутов, которые должны были вызвать интерес к военной истории. Они связывались не только с событиями XX в. Так, например, предлагалось совершить поход по памятным местам сражений новгородского князя Александра Невского в XIII в.

Всего методистами, музейными работниками, журналистами, историками и бывшими партизанами было подготовлено 44 маршрута разной продолжительности и степени трудности. 11 из них относились к истории партизанской борьбы на Северо-Западе России в годы Великой Отечественной войны [1].

К ним, в частности, относились следующие маршруты: № 30. «В лесах Партизанского края»; № 31. «Первая особая бригада»; № 32. «Имени Александра Германа»; № 33. «Старорусская бригада»; № 34. «Бригада, рожденная в боях»; № 35. «Волховская бригада»; № 36. «13-я партизанская бригада»; № 37. «По пути ленинградского обоза 1942 г.»; № 38. «На Родину Лени Голикова»; № 39. «В отрогах Валдая»; № 44. «1000 километров дорогами мужества и подвига» [1, с. 100–138].

В качестве своего рода эпитафий к этим специализированным многодневным экскурсиям прилагались тексты партизанских песен:

Здесь тропка любая, как память живая,
В минувшие годы зовет...
И помнят леса старорусского края,
Как шли партизаны вперед (маршрут № 33).

Что ты смотришь, родимый товарищ:
Бородою оброс я, небось, –
Нам в лесу средь боев и пожарищ
На себя посмотреть не пришлось (маршрут № 35).

Предполагалось, что их будут петь во время движения и посиделок у костра как ветераны, так и молодежь.

По характеру организации эти маршруты являлись комбинированными. Они могли включать в себя проезд на различных видах транспорта и значительные по расстоянию пешие переходы. Одним из наиболее востребованных среди отправившихся в поход стал маршрут «В лесах Партизанского края». Он имел общую протяженность более 235 км. Это было своего рода «кольцо партизанской памяти и славы». Его путь проходил по территории Новгородской и Псковской областей через следующие города и поселки: Старая Русса – Волот – Дедовичи – Холм – Белебёлка – Старая Русса [1, с. 100].

Маршрут № 44 «1000 километров дорогами мужества» также являлся кольцевым. Большая часть из него проделывалась на автомобильном транспорте. Он проходил через следующие населенные пункты, включая и областной центр: Новгород – Старая Русса – Белебёлка – Холм – Дедовичи – Порхов – Сольцы – Новгород.

Участникам похода рекомендовалось вести дневник. В 60–70-е годы XX века с туристами обычно встречались непосредственные участники партизанского движения. Никакого материального вознаграждения за потраченное время они не получали, ведь для них это являлось естественной формой памяти о своих боевых товарищах. Историк Иван Вязинин, сам участник Великой Отечественной войны, кавалер Ордена Боевого Красного Знамени позднее вспоминал: «Город Старая Русса. Много интересного о прошлом мы узнали в местном музее. О партизанских былях поведали нам командир разведки В. И. Кухарев, начальник штаба полка Ф. П. Семёнов, комиссар отряда С. Э. Лебедев. Сергей Эммануилович Лебедев согласился быть нашим проводником по партизанским тропам» [1, с. 138].

Но не только места, связанные с победами и повседневной жизнью народных мстителей, привлекали ленинградских туристов. Шли они и туда, где работали следователи КГБ, на места преступлений нацистских преступников и коллаборационистов. Из дневника И. Вязинина: «Деревня Бычково. На берегу Полисти на открытой поляне мы увидели обелиск, обнесённый деревянной оградой. Мемориальная надпись на нем гласила, что 19 декабря 1942 г. гитлеровцы на берегу этой реки расстреляли 253 жителей деревень Бычково и Починок» [1, с. 138].

После окончания войны прошло меньше 30 лет, поэтому многие активные участники партизанского движения по-прежнему жили в своих деревнях. Они занимались сельским хозяйством в колхозах и совхозах, учили и лечили: «Ранним утром мы заехали в село Александрово, где, рискуя жизнью, врач Ардаматская, медсестра Путрина и другие работники местной больницы лечили раненых партизан 3-й бригады. Узнав, что Л. И. Путрина живет в деревне Свиная Горка, заехали к ней.

Деревня Ясно. Более двух часов мы подробно беседовали с местной учительницей Н. Ф. Жадрицкой, в прошлом отважной разведчицей 3-й партизанской бригады» [1, с. 142].

Советские люди были весьма неприспособлены. Однако даже тогда признавалось, что основной проблемой в организации движения по этим маршрутам является крайне слабая инфраструктура: отсутствие мест для относительно нормальной ночевки, мест питания и удовлетворительных дорог. И если для молодых, физически подготовленных туристов это не являлось очень важным (тем более многие из них пытались максимально погрузиться «в партизанскую романтику»), то для пожилых людей, а тем более для детей это было просто необходимо.

Поэтому для школьников основные маршруты проходили в непосредственной близости от Октябрьской железной дороги, по территории Окуловского и Старорусского районов. «... Совершая походы, юные краеведы посещают

места бывших битв и сражений, приводят в порядок могилы и братские захоронения, выявляют имена погибших, собирают материалы о живущих сегодня ветеранах войны, записывают их воспоминания» [2, с. 36].

Одним из важных направлений советской пропаганды было воспитание интернационализма. Всячески подчеркивалось, что только благодаря истинной дружбе народов СССР удалось одержать победу над нацистской Германией и ее союзниками.

3 июля 1959 г. на границе Белоруссии, Латвии и РСФСР (Псковская область) был открыт комплекс, посвященный партизанской борьбе в годы Великой Отечественной войны. Н. И. Никитин описывал его следующим образом: «На краю лесной поляны стоит курган, насыпанный руками бывших партизан. На нем растет молодой дуб. Три мемориальные доски на склонах. На русском, белорусском и латышском языках написано: “Курган дружбы воздвигнут на стыке границ трех братских республик в честь боевой дружбы, скрепленной кровью в годы Великой Отечественной войны русских, белорусских и латышских партизан”» [3, с. 3].

Все здесь было символично. Даже породы деревьев, которые росли около монумента, несли свою особую смысловую нагрузку: «От кургана расходятся три прямые аллеи: кленовая – в сторону Российской Федерации, березовая – к Белорусской ССР, липовая – к Латвии. По этим аллеям в дни празднеств идут к кургану сотни русских, латышей, белорусов» [3, с. 3].

В непосредственной близости от кургана через несколько лет был построен мемориальный дом-музей «Дружба». Его открытие состоялось 5 июля 1964 г. В специальном выставочном зале на стендах и витринах были представлены фотографии народных мстителей и воинов Красной армии, освобождавших эту территорию в 1944 г. Значительный интерес представляли документы, рассказывающие о борьбе с врагом, о зверствах нацистского оккупационного режима.

В это время многие из туристических маршрутов включали в себя обязательное посещение этого места. Больше всего людей собиралось на праздники. На них присутствовали не только гости из других областей страны, но и местные жители: «Труженики Себежского, Верхнедвинского, Лудзенского районов постоянно поддерживают всесторонние связи. В торжественный день традиционной встречи народных мстителей, в первое воскресенье июля, выходит объединенный номер трех районных газет. В нем выступают с воспоминаниями ветераны братского Партизанского края». [3, с. 69].

На Ленинградской земле в партизанских отрядах воевали не только граждане СССР. Были среди них и бывшие испанские республиканцы, в частности отряд Франциско Гульона, будущего кавалера Ордена Ленина. В память о нем и его боевых товарищах на берегу Красногорского озера в Лужском районе

Ленинградской области в июле 1970 г. был установлен памятник «Советским и испанским патриотам-партизанам».

Ленинградские школьники и студенты, изучавшие испанский язык, регулярно приезжали сюда на протяжении нескольких десятилетий.

Следует признать, что к концу 70-х гг. XX в. стала намечаться определенная стагнация такого явления, как поклонный туризм. В немалой степени это было вызвано определенной профанацией в патриотическом воспитании. Ведь в основе любого вида туризма лежит добровольность и индивидуальный интерес. Конечно, в стране по-прежнему продолжали говорить о событиях Великой Отечественной войны. Но все большую роль в организации работы с молодежью стал играть административный ресурс, мероприятия зачастую проводились «для галочки».

Маршруты, связанные с посещением глубинки русского Нечерноземья, мест партизанской славы, вызывали у людей не патриотические, а скорее негативные чувства. Низкий уровень жизни сельского населения уже трудно было объяснить последствиями войны, которая закончилась много лет назад. В этих условиях объекты для посещения, связанные в том числе и с партизанским движением, стали открываться в городах, имеющих относительно развитую туристическую инфраструктуру.

Музей Северо-Западного фронта был открыт в Старой Руссе в 1975 г. Основные темы экспозиции затрагивали историю Великой Отечественной войны в этом регионе страны. Один из его залов посвящался партизанскому движению в Ленинградской области. В путеводителе отмечалось, что «о партизанской борьбе рассказывают экспонаты второго зала экспозиции – партизанского. На стендах – фотографии, документы, награды, партизанские реликвии» [4, с. 4].

Первым помещением для музея стало здание православного храма, закрытого в 1936 г. «Трудовые коллективы города, ветераны войны и труда, активисты общества охраны памятников истории и культуры под руководством партийных и советских организаций приняли активное участие в создании музея истории Северо-Западного фронта и Партизанского края. Они оказали ощутимую помощь реставраторам в ремонте и приспособлении под музей Воскресенского собора, а музейным работникам – в сборе фронтовых реликвий, документов и других экспонатов» [4, с. 4].

Распад Советского Союза, заметно ухудшившееся экономическое положение большинства граждан значительно сократили количество людей, которые могли бы путешествовать. Те же, кто мог это себе позволить, предпочитали ездить в зарубежные страны, находившиеся в годы советской власти «за железным занавесом». Само понятие «патриотическое воспитание» в это время практически отвергалось и даже высмеивалось. Более того, некоторыми

журналистами и политиками ставился под сомнение отечественный характер войны с гитлеровцами и их союзниками.

Так, в этих условиях в Новгородском музее была вообще закрыта экспозиция, посвященная событиям XX в. Все материалы, связанные с событиями Великой Отечественной войны, были отправлены в запасники.

Ситуация стала несколько меняться к началу XXI века. В районах, связанных с историей партизанского движения, стали вновь проводить различные мероприятия. Кроме организации традиционных встреч ветеранов и членов их семей, местных жителей, стали привлекаться реконструкторы событий Второй мировой войны, использоваться различные интерактивные методы музейной и просветительной работы.

В селе Белебёлка Поддорского района Новгородской области с 1 августа 2010 г. регулярно как областное мероприятие стали проводить День Партизанского края. Географические рамки Дня Партизанского края постепенно расширились. Сюда приезжают представители ветеранских организаций из всех районов Новгородской области, находившихся под оккупацией гитлеровцев.

Деревню Красуха, которая находилась в Порховском районе, называют псковской Хатынью. С белорусским местом памяти у нее много общего. Здесь в 1968 г. был установлен обелиск с надписью: «27 ноября 1943 г. фашистские оккупанты согнали всех жителей деревни Красухи в сарай, который стоял на этом месте, облили бензином и сожгли. В огне и муках погибли свыше 200 безвинных детей, женщин, стариков».

Скульптор А. П. Усаченко создал памятник «Скорбящая псковитянка». Это двухметровое изваяние женщины-матери, крестьянки. Около него лежит камень с надписью: «Трагической и мужественной Красухе от земляков».

Новгородская Жестяная Горка – своего рода поклонная гора, место памяти и скорби. Именно здесь находится одно из крупных мест массового уничтожения мирного населения и пленных красноармейцев на Северо-Западе России.

В Новгородском кремле, в зале театра, 7 декабря 1947 г. началось открытое судебное заседание военного трибунала. На скамье подсудимых находились девятнадцать бывших германских военнослужащих. Вмененные им преступления на оккупированной территории подпадали под действие Указа Президиума Верховного Совета СССР от 19 апреля 1943 г. «О мерах наказания для немецко-фашистских злодеев, виновных в убийствах и истязаниях советского гражданского населения и пленных красноармейцев, шпионов, изменников родины из числа советских граждан и их пособников».

Процесс в Новгороде стал одним из крупных открытых судов над немецкими военными преступниками. Но никто из непосредственных палачей тогда к ответственности привлечен не был.

Во второй половине 60-х гг. Новгородское управление КГБ СССР возобновило розыск военных преступников. Ответы из архивов на запросы, выявление трофейных документов, агентурная информация, показания родственников расстрелянных, анализ следственных дел и прочие документы составили значительный по объему том литерного дела «Материалы проверки факта массового убийства карателями СД советских граждан в деревне Жестяная Горка».

Многоплановые оперативно-розыскные мероприятия проводились несколько десятков лет. В феврале 1989 г. литерное дело № 126 «Материалы проверки факта массового убийства карателями СД советских граждан в деревне Жестяная Горка» было сдано в архив. Практически никого из преступников к уголовной ответственности привлечь не удалось. Все те, кого удалось установить советским чекистам, проживали за пределами Советского Союза: в США, Канаде, ФРГ, Великобритании и Австралии.

Само же место массового уничтожения постепенно становилось местом забвения. Лишь в 2000 г. на этом месте силами Православной церкви был установлен деревянный памятный поклонный крест. На сегодняшний день он не сохранился. В год 70-летия начала Великой Отечественной войны фонд «Еврейская община Великого Новгорода – центр развития культурного и духовного наследия» решил почтить память всех жертв Холокоста. 22 июня 2011 г. здесь, на месте расстрела, был открыт памятный знак. На гранитном камне с изображением меноры на русском и иврите высечены слова новгородского поэта-фронтовика Михаила Грузмана:

Лежат здесь и старые и молодые,
И те, кто убиты, и те, кто живые –
Все вместе, все вместе, и дети, и внуки...

Через два года около этого камня появился другой – в память о сожженных гитлеровцами русских деревнях Новгородчины.

В апреле 2019 г. в Великом Новгороде состоялась научная конференция «Без срока давности», на которой ученые представили архивные материалы о массовых казнях в д. Жестяная Горка Батецкого района Новгородской области. По результатам конференции были проведены поисково-эксгумационные работы, в ходе которых поисковики поисковой экспедиции «Долина» обнаружили места массовой гибели мирных граждан, расстрелянных нацистами и их пособниками в 1941–1943 гг.

В сентябре 2020 г. музейно-мемориальный комплекс в д. Жестяная Горка был передан ГБУКИ «Государственный музей художественной культуры Новгородской земли». Воинское захоронение и захоронение мирных жителей находятся на балансе Администрации Батецкого муниципального района.

Открытие музейно-мемориального комплекса состоялось 22 октября 2020 г. Масштабные работы по благоустройству и развитию музейно-мемориального комплекса продолжаются.

Сейчас здесь есть памятники и гранитные плиты с именами жертв, а также воинов Красной армии, погибших при освобождении района зимой 1944 г. А ведь 20 лет назад только несколько старожилов смогли указать места тех расстрельных рвов, куда в 1942–1943 гг. легли почти 3 тысячи человек!

Поклонный туризм неразрывно связан с патриотическим воспитанием. Ни в коем случае его не нужно воспринимать как некий спорт и форму досуга. Его организация требует высочайшего профессионализма и гражданского сознания. Необходимо полностью осознавать, что излишняя бюрократизация и формализм не просто мешают его развитию. Они ему вредят.

При этом и историкам и лицам, занятым в сфере развития отечественного туризма, следует признать, что умелая подача достоверной информации, интерактивные методы взаимодействия, профессионально спланированные маршруты могут сделать поход по памятным местам, связанным с историей Великой Отечественной войны, не только новым туристическим направлением, но и важной формой патриотического воспитания.

Список использованных источников

1. Вязинин, И. Н. Дорогами боевой и трудовой славы / И. Н. Вязинин, Е. М. Краснопевцев. – Л., 1975.
2. Походы по родному краю. – Новгород, 1989.
3. Никитин, И. И. Курган дружбы / И. И. Никитин. – Л. 1974.
4. Музей истории Северо-Западного фронта и партизанского края. – Новгород, 1989.

Коврей В. А.,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономического развития и менеджмента
Академии управления при Президенте Республики Беларусь

Хилькович К. М.,
студент 4-го курса Института управленческих кадров
Академии управления при Президенте Республики Беларусь

ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР КАК СПОСОБ СОХРАНЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Историко-культурное наследие является ключевым элементом в развитии как внутреннего, так и въездного туризма. Его использование предоставляет реальную возможность для развития экономической и социальной сфер.

Историко-культурный потенциал Республики Беларусь охватывает огромное количество объектов материального и нематериального наследия, что обусловлено в первую очередь географическим положением и историческим прошлым. Стоит отметить, что культурное наследие способствует развитию не только культурно-познавательного туризма, но и таких видов туризма, как деловой, лечебно-оздоровительный, агротуризм, экотуризм и др. Без сомнения, необходимо сохранять и развивать историко-культурное наследие нашего государства.

По состоянию на 26 июля 2022 г., согласно данным Министерства культуры Республики Беларусь, в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь включено 5610 объектов [1]. В туристические маршруты включено более 1440 памятников архитектуры. По состоянию на март 2021 г. объектами туризма в полном объеме являются 72 объекта, имеющие всемирное и международное значение, 57 процентов объектов, имеющих национальное значение, и 22 процента объектов, имеющих региональное значение [2, с. 8].

В соответствии с Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг., целью на 2021–2025 гг. является формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики.

Приоритеты в сфере туризма [3]:

- 1) развитие въездного и внутреннего туризма;
- 2) повышение конкурентоспособности туристических услуг;

3) продвижение национальных туристических брендов на мировом рынке.

Для достижения вышеуказанной цели, а также выполнения приоритетных направлений есть необходимость создать туристические кластеры в Республике Беларусь. Особенно учитывая тот факт, что кластерная политика может стать ядром стратегии регионального развития, а сам кластер – катализатором роста экономики как отдельно взятого региона, так и всей страны. Мировой опыт показывает, что наиболее эффективной организационной формой бизнеса, стимулирующей развитие инноваций и повышение конкурентоспособности как отдельных субъектов хозяйствования, так и региональной, национальной экономик, является кластер.

Создание туристических кластеров позволит добавить большее количество туристических объектов в туры и экскурсии, так как будет уделено большее внимание определенной территории, т. е. будет возможность рационально использовать потенциал историко-культурного наследия с целью развития туризма и экономики в целом. Географические масштабы кластера могут варьироваться от одного города, области до страны или даже ряда соседствующих стран. В условиях Беларуси масштаб регионального туристического кластера не должен превышать 150 км [4, с. 9].

Туристический кластер – это совокупность территориально локализованных юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга при производстве туристической продукции [5]. Целью туристического кластера является формирование «основного продукта», т. е. туристского продукта.

Объекты культурного наследия служат фундаментом для развития познавательного туризма, позволяют показать историю и самобытность белорусского народа, а также могут рассматриваться в качестве одного из элементов патристического воспитания молодого поколения.

Более того, с точки зрения привлечения иностранных граждан популяризация историко-культурного наследия, которое нуждается в реставрации, консервации, позволит включить иностранных инвесторов в проекты по восстановлению историко-культурных ценностей.

Одним из основных вопросов кластерного подхода является проблема идентификации. Как показывает зарубежный опыт, существующие алгоритмы идентификации кластеров значительно варьируют, однако большинство из них исходят из двух основных подходов [6, с. 602–606]:

- 1) «сверху вниз»;
- 2) «снизу вверх».

Подход «сверху вниз» (количественный анализ) основан на обнаружении, исходя из национальной модели экономики, региональных кластеров через

определение пространственной локализации отраслевого, как правило, экспортноориентированного производства.

Подход «снизу вверх» (качественный анализ). В этом случае кластеры идентифицируются на конкретной территории, исходя из присутствия на ней локальных отраслей-лидеров. Этот подход носит качественный характер и дополняет количественный анализ в целях компенсации отсутствия данных. Инициатива по формированию кластера принадлежит основным акторам, имеющим видение, потенциал и мотивацию для построения кластера на основе существующих отношений, поставок и контактов. В результате объединения таких акторов создается «ядро кластера» – группа единомышленников.

Европейский туристический регион имеет множество примеров успешной деятельности туристических кластеров. Например, действующий с 1950-х гг. тематический туристский кластер Финляндии Rovaniemi Santa Claus Village («Официальная резиденция Санта-Клауса»). Данный кластер представляет собой тематический комплекс, включающий дом волшебника в Лапландии, почтовое отделение Санты, горнолыжную зону, зону размещения и другие объекты. Каждый год туристский кластер принимает большое количество туристов, основная часть которых – иностранцы. Кластер полностью принадлежит государству [7, с. 7–13].

К Европейскому туристскому региону относится Турция, которая обладает на сегодняшний день семью эффективно функционирующими туристскими кластерами: Султанахмет, Кушадасы, Мармарис, Фетхие, Таксим, Каппадокия и Анталия. Султанахмет и Каппадокия являются примером развития идеи историко-культурного кластера [8, с. 7].

На сегодняшний день в Республике Беларусь существуют туристические кластеры, сформированные по подходу «снизу вверх»:

- агротуристический кластер «Муховецька кумора»;
- кластер «Валожынскія гасцінцы».

Также, согласно данным Государственного учреждения «Национальное агентство по туризму», на стадии реализации существуют следующие проекты, подразумевающие под собой формирование кластеров [9]:

- 1) туристический регион «Припятское Полесье» (Брестская область. Срок реализации: 2021–2023 гг.);
- 2) «Патриотический импульс» (Гомельская область. Срок реализации: 2021–2022 гг.);
- 3) система туристических информационных центров и полноценных пунктов туристической информации (Гродненская область. Срок реализации: 2021–2023 гг.);
- 4) туристический кластер «Пристоличье» (Минская область. Срок реализации: 2021–2022 гг.);

5) эколого-туристическо-рекреационный кластер «Чигиринка» (Могилевская область. Срок реализации: 2021–2025 гг.).

Для популяризации потенциала историко-культурного наследия в рамках одного кластера необходимо сосредоточение таких объектов, историческое прошлое которых связано с одними и теми же личностями или знаковыми событиями. Делая акцент на истории, довольно легко создать тот или иной бренд туристического продукта в рамках одного кластера. Например, можно создать межрегиональный кластер, куда будут входить:

- замково-парковый комплекс «Мир»;
- костел Святого Николая;
- ГУ «Национальный историко-культурный музей-заповедник “Несвиж”»;
- дворец Радзивиллов в Полонечке;
- костел Святого Юрия;
- Любчанский замок;
- Дятловский дворец.

Данный туристический кластер мог бы популяризировать историю рода Радзивиллов, их большое значение в истории нашей страны. Здесь четко прослеживается так называемый бренд и формируется основной туристический продукт, который можно обозначить как владения Радзивиллов. Безусловно, необходимо также сформировать инфраструктуру. Для поддержания имиджа данной территории рестораны, агроусадьбы, кафе, отели, гостиницы, сувенирная продукция, различные развлекательные объекты могут иметь соответствующий дизайн, отражать тематику, общую идею популяризации рода Радзивиллов.

Сегодняшняя реальность требует быстрой переориентации различных сфер экономики. Ввиду затруднительного взаимодействия со странами Запада в рамках развития туризма есть необходимость создания совместных кластеров с Российской Федерацией в целях развития сотрудничества в рамках Союзного государства. В первую очередь это позволит активизировать туристические потоки в направлении Беларусь – Российская Федерация – Беларусь, а также в перспективе увеличить поток туристов из стран СНГ, Дальнего Востока.

Можно создать кластер на территории Витебской, Могилевской и Смоленской областей. Уже на протяжении нескольких лет данные территории объединяет стремление к воссозданию народного творчества и самобытного ремесла, а именно белорусской «маляванкі» и российской бересты. Представители двух стран совместно проводят различные выставки, на которых представляют народные промыслы [10].

Данное стремление к сохранению нематериального культурного наследия можно взять за основу создания туристического кластера. Такой кластер

может включать в себя агроусадьбы, различные мастерские, гостиницы, отели, кафе. Для того чтобы привлекать большое количество туристов, необходимо разработать туристические программы, которые будут включать в себя посещение мастерских с возможностью опробовать ту или иную технику самостоятельно.

Оценивая туристический потенциал Могилевской области, стоит обратить внимание на такие объекты историко-культурного наследия, как Архиерейский дворец в Могилеве, дворец князя Потемкина в Кричеве, дворцово-парковый ансамбль Булгаков в Жиличах, усадьба Толстых в Грудиневке, особняк Мещерских в Климовичах. Данные объекты имеют разную интересную историю, но ярко демонстрируют наполняемость страны дворцово-усадебными комплексами. При создании кластера с главной идеей популяризации дворцов, усадеб, замков Беларуси в одной области у туристов и экскурсантов будет развиваться интерес к посещению подобных объектов по всей Беларуси.

Таким образом, проблема формирования и развития туристических кластеров является актуальной. Республика Беларусь обладает достаточно высокой туристической кластерной инициативой, имея поддержку со стороны государства. Создание кластеров будет способствовать формированию благоприятного инвестиционного климата и, как следствие, привлечению иностранных инвестиций в регионы республики, что даст импульс для их дальнейшего развития.

Список использованных источников

1. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь [Электронный ресурс] // Интернет-список историко-культурных ценностей Республики Беларусь / Министерство культуры Респ. Беларусь. – Режим доступа: [gosspisok.gov.by/\(X\(1\)S\(hdp4qb3dxd012uhyuavsvklw\)\)/?size=10&page=1](http://gosspisok.gov.by/(X(1)S(hdp4qb3dxd012uhyuavsvklw))/?size=10&page=1).
2. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года / Межвед. экспертно-коорд. совет по туризму при Совете Министров Респ. Беларусь. – Минск, 2020. – 44 с.
3. Об утверждении Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. [Электронный ресурс] : пост. Совета Министров Респ. Беларусь, 29 янв. 2021 г., № 58 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100058&ysclid=l67lyo11r452274724>.
4. Вертинская, Т. С. Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси / Т. С. Вертинская, В. А. Клинунова. – Минск : БОО «Отдых в деревне», 2014. – 52 с.

5. Об утверждении Генеральной схемы размещения зон и объектов оздоровления, туризма и отдыха Республики Беларусь на 2016–2020 годы и на период до 2030 года [Электронный ресурс] : пост. Совета Министров Респ. Беларусь, 15 дек. 2021 г., № 1031 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.etalonline.by/document/?regnum=c21601031>.
6. Скворцов, Е. Н. Специфика современных кластерных образований / Е. Н. Скворцов // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 5 (70). – С. 602–606.
7. Нагорная, М. С. Зарубежный опыт кластерной модели управления в сфере туризма / М. С. Нагорная, В. В. Шевцова // Управление в современных системах. – 2019. – № 1 (21). – С. 7–13.
8. Волков, С. К. Зарубежный и российский опыт развития туристских кластеров / С. К. Волков // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер. Экономика. Информатика. – 2016. – № 16 (237). – Вып. 39. – С. 5–15.
9. Пилотные проекты в сфере туризма [Электронный ресурс] // Официальный портал Национального агентства по туризму. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/pilotnye-proekty-v-sfere-turizma/>.
10. Витебская маляванка и смоленская береста: что объединяет народных мастеров Беларуси и России? [Электронный ресурс] // Областная газета «Витебские вести». – Режим доступа: <https://vitvesti.by/kultura/vitebskaia-maliavanka-i-smolenskaia-beresta-chto-obediniaet-narodnykh-masterov-belarusi-i-rossii.html>.

Комаровская Л. В.,
заведующая отделом экскурсионно-методической работы
государственного учреждения «Национальная библиотека Беларуси»

ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ БЕЛАРУСИ: ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Национальная библиотека Беларуси (далее – Библиотека) – хранилище и транслятор общечеловеческих духовных ценностей, сокровищница культурных достижений белорусского народа. Основанная 100 лет назад, она органически вписалась в новую историю Беларуси, сама стала историей, отпечатком приобретенного опыта нации.

Сегодня фонды Библиотеки составляют более 10 миллионов единиц хранения на 80 языках мира. Особую ценность представляет коллекция национальных документов (белорусики) – изданий, которые вышли на территории Беларуси и за ее пределами на белорусском языке, белорусских авторов и о Беларуси. В «алмазе знаний» хранятся первые и прижизненные издания произведений классиков белорусской литературы, в том числе В. Дунина-Марцинкевича, Ф. Богушевича, Я. Купалы, Я. Коласа, М. Богдановича и др. Гордость нашей страны – коллекция рукописных, старопечатных и редких изданий. Она насчитывает более 100 тысяч единиц хранения, самая ранняя из которых – арабская рукопись XIV в. В коллекции кириллической печати – единственное в Республике Беларусь собрание изданий белорусского первопечатника Ф. Скорины (10 выпусков Библии, Прага, 1517–1519); «Евангелие учительное» В. Гарабурды (около 1580); «Апостол» (Львов, 1574) и «Библия» (Острог, 1581) И. Федорова.

Строительство нового здания содействовало поднятию на качественно новый уровень всех сфер деятельности Библиотеки, расширению ее функций как главного информационного и социокультурного центра.

Одним из важнейших направлений Библиотеки является социокультурная деятельность. Ее проектирование осуществлялось в соответствии с Концепцией создания республиканского информационного и социокультурного центра на базе строящегося здания государственного учреждения «Национальная библиотека Беларуси» [1] и было закреплено Уставом государственного учреждения «Национальная библиотека Беларуси». Данные документы определили направления инновационного развития Библиотеки, расширение ее функций и задач как многофункционального информационного и социокультурного центра.

В процессе организации социокультурного пространства были выделены следующие приоритетные направления деятельности: культурно-зрелищная, галерейно-выставочная, музейная, экскурсионная, рекламная [2, с. 200]. В Библиотеке размещаются 7 выставочных пространств, на которых проходят разнообразные масштабные проекты. Их посещение включается в экскурсионные маршруты, что содействует популяризации истории и культуры Беларуси, современного изобразительного искусства и литературы, привлечению внимания туристов к значимым событиям нашей страны. Участники различных мероприятий, которые организуются в Библиотеке, также приобщаются к историко-культурному наследию нашей страны.

В Библиотеке располагается Музей книги – важнейший элемент социокультурного пространства, созданный с целью ознакомления посетителей с развитием белорусского книгопечатания в контексте мировой истории книги. Основная его задача – знакомство посетителей с раритетами, хранящимися в Библиотеке и являющимися культурным наследием нашей страны.

Важнейшая роль в популяризации культурного наследия среди различных целевых аудиторий принадлежит экскурсионной деятельности. Первыми посетителями нового здания Библиотеки 16 июня 2006 г. стали именно экскурсанты. Всего за период 2006–2021 гг. и январь – июнь 2022 г. Библиотеку посетило более 740 тысяч человек в составе около 51 тысячи экскурсионных групп. В качестве туристов здание также посещают индивидуальные посетители галерейно-выставочного комплекса и обзорной площадки.

В Библиотеке проводится 30 видов экскурсий, при разработке и проведении которых применяется дифференцированный подход: учитывается возраст целевой аудитории, ее особенности восприятия информации и цель посещения. За последние 5 лет разработаны интерактивная экскурсия «Ожившие книги», экскурсия-квест «В поисках наследия Франциска Скорины», инклюзивная экскурсия «Минск на ладонях с элементами ясного языка», экскурсия с посещением Круглого зала Президент-центра.

Основная задача экскурсионной деятельности – популяризация Библиотеки, ее фондов, приобщение посетителей к культурному наследию Республики Беларусь, что особенно важно в Год исторической памяти.

Здание Библиотеки отличает оригинальное художественное решение. «В основе сюжетно-тематической идеи оформления библиотеки лежат два лейтмотива: развитие белорусской культуры и письменности в контексте мировой цивилизации и преемственность развития различных источников информации – от рукописных книг до электронных носителей» [2, с. 101].

На первых двух этажах кольцевых коридоров располагаются 36 художественных произведений, созданных специально для Библиотеки. Экспозиция первого этажа объединяет работы, посвященные развитию культуры Белару-

си с древнейших времен до наших дней. Экспозиция второго этажа формируется из художественных произведений, посвященных этнографии, фольклору, наиболее ярко отражающих национальную самобытность белорусского народа [2, с. 108].

Индивидуальные посетители и организованные экскурсионные группы имеют уникальную возможность ознакомиться с художественными произведениями, которые посвящены истории и культуре Беларуси.

Поскольку изначально все посетители Библиотеки проявляли особый интерес к художественному оформлению, была разработана тематическая экскурсия «Художественное оформление НББ». В 2022 г. к 100-летию разработана экскурсия «Беларусь синеокая», в ходе которой экскурсанты через художественное оформление знакомятся с историей Беларуси, ее традициями, историей самой Библиотеки с использованием QR-кодов.

С 2016 г. реализуется проект «Славутыя імёны Бацькаўшчыны», который представляет собой цикл интерактивных учебно-познавательных экскурсий, посвященных классикам белорусской литературы и деятелям культуры. В 2018 г. данный проект был включен в Концепцию развития Национальной библиотеки Беларуси как туристического центра. В настоящий момент разработаны экскурсии, посвященные жизненному и творческому пути Ф. Скорины, Е. Полоцкий, Ф. Богусевича, Я. Коласа, Я. Купалы, М. Богдановича, Я. Мавра, К. Крапивы, М. Зарецкого, В. Короткевича, М. Шагала, В. Быкова. Экскурсанты имеют возможность не только узнать жизненный и творческий путь выдающихся деятелей белорусской культуры, но и ознакомиться с первыми и прижизненными изданиям их произведений.

В 2020 г. к 75-летию Победы в Великой Отечественной войне в рамках проекта была подготовлена экскурсия «Помнім боль і страты твае, Беларусь...», посвященная творчеству периода Великой Отечественной войны А. Кулешова, М. Танка, П. Панченко и произведениям военной тематики И. Шамякина. Во время интерактивной части экскурсии посетители имеют возможность полистать, почитать книги вышеупомянутых авторов из фондов Библиотеки, в том числе издания 40-х гг.

С целью популяризации культурного наследия и исторического прошлого нашей Родины в 2022 г. проект «Славутыя імёны Бацькаўшчыны» был дополнен темой «Эпоха Возрождения», во время которой экскурсанты знакомятся с архитектурными памятниками, выдающимися деятелями и книгопечатанием периода Ренессанса.

В художественном оформлении Библиотеки отображен ряд архитектурных памятников эпохи Возрождения, среди которых следующие: церковь Михаила Архангела в деревне Сынковичи Гродненской области (работа Гавриила Ващенко «Отчизна»); церковь Рождества пресвятой Богородицы

в деревне Мурованка Гродненской области (работа Виктора Тихонова «Корабли вечности»). Показ данных работ включен в маршрут экскурсии «Эпоха Возрождения».

Особое внимание уделяется историческим личностям эпохи Возрождения. В первую очередь это Франциск Скорина (1490–1551) – восточнославянский первопечатник, философ-гуманист, поэт, просветитель. На площади перед Библиотекой установлен памятник Ф. Скорине. Главный вход Библиотеки выполнен в виде раскрытой книги. На левой его части расположено фрагментарное изображение модели Вселенной, какой ее представляли в XVI в. Там же размещена цитата из предисловия к Псалтыри Ф. Скорины (Прага, 1517 г.): «... Да будет совершенен Божий человек...», отражающая основу духовных ценностей человечества [2, с. 102]. На правой части – цитаты из произведений деятелей эпохи Возрождения: Ф. Скорины, Н. Гусовского (около 1470 – около 1533), С. Будного (около 1530–1593). Непосредственно в самом здании Библиотеки образ Ф. Скорины отображен в работе Павла Луки «Древо белорусской письменности» и на панно «Витебская область». Образ Николая Гусовского изображен на панно «Город Минск». Образ книгоиздателя Сымона Будного представлен на панно «Минская область», его последователя и друга Василия Тяпинского (1540–1603) – на панно «Витебская область». Во время экскурсии при знакомстве с художественным оформлением Библиотеки акцентируется внимание посетителей на творчестве выдающихся деятелей данного времени и их неопенимом вкладе в культуру.

Как известно, главное достижение эпохи Возрождения – начало белорусского книгопечатания. В Музее книги посетители могут увидеть отдельные экземпляры изданий Ф. Скорины, познакомиться с многотомным факсимильным изданием «Книжное наследие Ф. Скорины». Оно представляет собой полное собрание книг, напечатанных просветителем в Праге (1517–1519) и Вильно (1522–1525). Основу издания составили электронные копии наиболее сохранившихся книг первопечатника, находящихся в библиотеках и музеях Беларуси, Великобритании, Германии, Дании, Литвы, Польши, России, Словении, США, Украины и Чехии. Всего издание включает 20 томов (21 книгу) и отдельный том научных комментариев, посвященный возвращению наследия белорусского первопечатника на родину. Также вниманию экскурсантов предлагается современное издание поэмы Н. Гусовского «Песня о зубре» (Италия, 2008 г.), выполненное на бумаге ручной работы с автографами издателя и художника гравюр и уже ставшее книжным раритетом.

Конец XVI в. был отмечен бурным развитием печатного дела на территории Беларуси. Сегодня известно более 20 типографий того периода. На 2-м этаже атриума Библиотеки экспонируется реконструкция печатного станка XVI века. Кроме того, экскурсанты знакомятся с триптихом «Сказание

о Несвиже» (авторы Лев Гумилевский и Сергей Гумилевский), одна из тем которого – развитие книгопечатания на Беларуси.

При разработке каждой темы экскурсии используются уникальные материалы, с которыми можно ознакомиться только в Библиотеке. Например, при проведении экскурсии, посвященной жизненному пути и издательской деятельности Ф. Скорины, в Музее книги посетителям демонстрируются оригиналы Библии первопечатника. Во время проведения экскурсий, посвященных биографии Я. Купалы, Я. Коласа, М. Богдановича, экскурсанты знакомятся с оригиналами первых изданий произведений писателей из фондов Библиотеки. Во время экскурсии, посвященной М. Шагалу, демонстрируются книги с автографами художника. Участники экскурсии, посвященной полоцкой княжне Рогнеде Рогволодовне, могут сравнить с современными текстами печатные издания «Повести временных лет», датированные XIX в.

Интерес к данным экскурсиям проявляют не только граждане нашей страны. Туристы, студенты и слушатели из Китая, Ирана, Туркменистана неоднократно посещали Библиотеку и во время экскурсии познакомились с языком оригинала произведений белорусских писателей, читали переводы на своем родном языке. Такая форма работы позволяет иностранным студентам познакомиться с культурой, историей, традициями и языком нашей страны.

Таким образом, экскурсионная деятельность Библиотеки содействует приобщению к историко-культурному наследию нашей страны. Во время экскурсии посетители знакомятся с наиболее ценными редкими изданиями, хранящимися в фондах Библиотеки и являющимися достоянием Республики Беларусь. Информация, получаемая от экскурсовода об истории, традициях, архитектурных памятниках, мотивирует их к дальнейшему ознакомлению и изучению культурного наследия родного края, вызывает чувство любви к Родине и гордости за нее.

Список использованных источников

1. Об утверждении Концепции создания республиканского информационного и социокультурного центра на базе строящегося здания государственного учреждения «Национальная библиотека Беларуси» : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 26 мая 2005 г., № 555 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2005. – № 88. – 5/16034.
2. Национальная библиотека Беларуси: новое здание – новая концепция развития : к 85-летию Национальной библиотеки Беларуси / М. Г. Алейник [и др.] ; редкол.: Л. Г. Кирюхина (ответственный редактор) [и др.]. – Минск : Национальная библиотека Беларуси, 2007. – 322 с.

Кунашко Е. А.,
преподаватель Витебского филиала учреждения образования
«Белорусская государственная академия связи»

ОСВОЕНИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Сегодня для развития туризма перспективным направлением должна стать работа с учащейся молодежью. Молодые ребята являются потребителями услуг, а в отдельных случаях и будущими специалистами в сфере турбизнеса. Поэтому целесообразно с раннего возраста формировать у них устойчивую познавательную мотивацию и ценностные ориентации при знакомстве с историко-культурным наследием Беларуси. Это разумно делать и в рамках образовательного процесса в учебных заведениях. Будучи преподавателем истории и одновременно аттестованным гидом, я активно работаю в указанном направлении, изучаю существующие тенденции в мировой практике и с учетом регионального контекста применяю в работе их отдельные элементы, систематизируя и описывая опыт, которым делюсь с коллегами. В представленном здесь материале предлагаю некоторые практические решения, реализованные мной в Витебском филиале Белорусской государственной академии связи.

При преподавании истории можно соединять педагогическую и экскурсионную работу. Я разработала для учащихся тематику мини-экскурсий, образовательных прогулок по Витебску, содержание которых соответствует учебной программе по истории Беларуси, утвержденной Министерством образования Республики Беларусь, дополнив ее краеведческим материалом. Наше учебное заведение находится в центре города, поэтому многие исторические объекты расположены на расстоянии «вытянутой руки» и буквально видны из окон. Временной режим учебного занятия в учреждении среднего специального образования (два академических часа) позволяет использовать формат урока-экскурсии.

Приведу некоторые примеры. Так, изучая политику белорусизации, знакомимся с историей улицы А. К. Ильинского, на которой находится наша академия. Узнав об этом человеке, народном артисте СССР, обращаем внимание на историю Белорусского национального академического театра имени Я. Коласа, открытого в 1926 г. как БГТ-2. В нем работал Александр Константинович. Театр сегодня находится напротив нашего учреждения, на

левом берегу реки Западная Двина, а ранее, в 1945–1956 гг., он размещался в районном Доме культуры, что также на нашей улице Ильинского. Получая информацию, учащиеся сопоставляют полученные факты и делают соответствующие выводы. Они также выражают желание посетить знаковый для нашего города спектакль «Нестерка» В. Вольского, в котором главную роль играл А. К. Ильинский. При этом ребята получают информацию и о новых театральных постановках.

По похожей схеме мы изучаем и другие темы. «Общественно-политическое положение БССР в 1960-х – первой половине 1980-х» – у бюста П. М. Машерова. Он находится у Коласовского театра. О развитии культуры с 1990-х и о межкультурных коммуникациях – у Летнего амфитеатра. Вопросы, связанные с историей транспорта – у здания железнодорожного вокзала, что в 500 метрах от академии, и т. д. Какую бы тему мы ни затрагивали, главным элементом занятий-экскурсий является оценка, анализ и сравнение учащимися исторических событий, определение роли в истории отдельных личностей.

Идея с мини-экскурсиями получила свое развитие. Учащиеся, среди которых много ребят со всех регионов нашей республики, захотели более плотно и детально ознакомиться с Витебском. Я предложила им экскурсии, тексты которых утверждены Национальным агентством по туризму. Но, учитывая особенности своей целевой аудитории, посоветовала необычную для Витебска форму – беговые экскурсии. К моему удивлению, молодые, продвинутые, уверенные в себе люди побежали за мной и моей идеей. Следует заметить, что идея беговых экскурсий существует в мире около 20 лет (по моим данным). Она появилась в Нью-Йорке для тех, кто любит бег и любит путешествия. Сегодня во многих городах мира сфера туристических услуг предлагает гостям осмотр достопримечательностей с гидом буквально «на бегу». Для этого в зависимости от физической подготовленности участников организуются забеги разной степени сложности и протяженности. Мы с учащимися решили, что беговая экскурсия возможна и у нас, и организовали ее при изучении военной истории. Тема экскурсии «Витебск в годы Великой Отечественной войны» совпала с очередной темой учебного занятия, где раскрывались краеведческие вопросы. Готовясь к ней, ребята из разных регионов выполняли индивидуальные задания. Они изучали свою семейную историю, документы из семейных архивов, записывали воспоминания ветеранов, во время аудиторных занятий с гордостью знакомили одноклассников со своими земляками. Учащиеся из Витебска готовили видеопрезентации памятных мест города на Двине. Такой обмен личностно значимой информацией продолжился и во время экскурсии по городу. Напомню, что она была беговая.

В спортивной форме мы взяли старт от стен учебного заведения и в темпе легкого прогулочного бега, безопасного для здоровья, отправились по

зеленой набережной Западной Двины до моста Ф. Блохина. По нему двигались пешком. Отдыхая от бега, ребята слушали рассказ о подвиге группы саперов, которые спасли этот мост. Они пытались понять, что чувствовали молодые бойцы саперного взвода в далеком 1944 г.

Я только раз видала рукопашный,
Раз – наяву. И сотни раз – во сне...
Кто говорит, что на войне не страшно,
Тот ничего не знает о войне.

Ю. Друнина

Сделав остановку для знакомства с судьбой А. П. Белобородова, чьим именем названа улица, генерал-лейтенанта, дважды Героя Советского Союза, командующего 43-й армией, участвовавшей в освобождении Витебска, мы продолжили бег.

На площади Победы узнали о скульптурных композициях, в которых каждый элемент символичен и воплощает две темы – войны и мира. После минуты молчания у Вечного огня продолжили экскурсию в парке Победителей, в котором установлены образцы военной техники. Далее совершили пробежку по набережной и поднялись на Успенскую горку. Здесь, на небольшом военном кладбище, отдали дань уважения героям войны. Мы обратили внимание на имена патриотов, вспомнили судьбу командира I Белорусской партизанской бригады, Героя Советского Союза М. Ф. Шмырёва. Решили, что в следующий раз следует посетить его музей и парк Партизанской славы.

В ходе экскурсии мы сделали еще несколько важных акцентов-остановок и вернулись к учебному заведению. На его здании несколько лет назад была установлена мемориальная доска воинам-связистам, освобождавшим Витебск. К ней мы возложили цветы. Здесь же обменялись впечатлениями об экскурсии, ее беговом формате, оценили свой маршрут и запланировали новые. Молодые люди очень эмоционально и искренне отметили, что получили важный опыт, ценные знания и укрепились в своем уважении к истории государства [2, с. 8].

В качестве другого варианта обучающей туристической деятельности я предложила учащимся «следовать за мной» (по аналогии с интернет-проектом FOLLOW ME). При этом пригласила ребят пройти исторический квест «Открытие Витебска. Изучаем историю Беларуси, изучая город».

Считаю, что для итогового повторения при изучении образовательной дисциплины можно среди прочего использовать интерактивный проект с элементами квеста. Целесообразно при этом сделать акцент на краеведческом материале, на влечении его в общую канву истории нашего государства.

Исторический квест, проведенный в Витебском филиале академии связи, помог учащимся двигаться в интеллектуальной деятельности от частного к общему, от знакомого местного материала к историческому обобщению. Актуальность проекта для нашего или подобных ему учреждений еще и в следующем: в учреждении среднего специального образования обучаются ребята из разных регионов Беларуси. Открывая Витебск, молодые люди развивают познавательный потенциал и при этом адаптируются в новом для себя городе. Витеблянам же работа над данным проектом позволяет повысить общекультурный уровень, удовлетворять образовательные потребности в работе над выявлением особенностей исторического развития региона, в котором они проживают.

В процессе выполнения проектов учащиеся совершенствовали исследовательские и коммуникативные компетенции, учились работать с источниками информации, представлять результаты индивидуальной или коллективной работы, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий. В методических материалах Министерства образования обычно отмечается, что результатами проектной деятельности учащихся могут быть: реферат; подбор экспонатов для виртуальной музейной экспозиции и их описание; составление буклета, плаката; проведение социально значимой рекламной компании; подготовка оригинал-макета книги или журнала и т. п. При организации проектной деятельности в процессе обучения истории Беларуси рекомендуется использовать местный краеведческий материал.

На этом основании я подготовила для учащихся маршрутный лист с перечнем вопросов и инструкцией по выполнению проекта-квеста. В инструкции предложила:

1. Ознакомиться с вопросами маршрутного листа.
2. Используя имеющиеся знания, выполнить задания, ответы на которые учащемуся уже известны.
3. Для поиска ответов на оставшиеся вопросы воспользоваться учебным пособием, справочным изданием для подготовки к экзамену, другой литературой, информацией из интернет-источников, помощью товарищей, консультацией преподавателя.
4. Из всего перечня заданий для квеста можно выбрать не все, а наиболее привлекательные и интересные. В этом случае ответы на них следует давать более развернутые и обоснованные.
5. Форму работы над проектом можно осуществлять по выбору – индивидуально, в парах или в группе.
6. Для выполнения квеста, используя сервис Google Maps, карту либо туристический путеводитель, следует локализовывать в городском пространстве месторасположение неизвестных (пока) для ребят памятных объектов, отмеченных в маршрутном листе.

7. Затем, повторив правила безопасного поведения, надо найти в городе указанные исторические места. Сфотографировать их или сделать селфи. Ответить на вопросы квеста, связанные с этими памятными объектами.

8. На одном из последующих учебных занятий совершить с преподавателем пешую экскурсию по исторической части г. Витебска с целью уточнения и дополнения собранной самостоятельно информации.

9. Оформить результат своей учебной деятельности в произвольно выбранной форме (видеопрезентации, селфи-ролика, путеводителя, газеты или журнала, комикса, коллажа, «шпаргалки» для экзамена и т. д.).

10. Презентовать выполненную работу.

Помимо этой инструкции маршрутный лист включал в себя задания.

Среди вопросов проекта «Открытие Витебска» были, например, такие:

1. Наше учебное заведение расположено на высоком берегу Западной Двины. Эта река – часть знаменитого пути «из варяг в греки». Отыщите изображения реки, сделанные в предыдущие годы и даже столетия. Сделайте ее фотографии в наше время. Найдите информацию о книге витебского краеведа А. Сапунова «Река Западная Двина. Историко-географический обзор». Сравните его описание с заметками современных исследователей. Опишите в нескольких предложениях роль Двины в истории Витебска.

2. Прочитайте текст найденной в Витебске берестяной грамоты XIII в. Какое сообщение передает она потомкам? В чем ее ценность в качестве исторического источника? Где в нашем городе был найден этот артефакт? Где в наши дни можно увидеть данную реликвию?

3. Здание Поземельно-крестьянского банка в Витебске было построено в начале XX в. в стиле русского романтического направления модерн. Как функционирует этот архитектурный памятник в пространстве современного города?

4. Какие смысловые пласты можно выявить, познакомившись с историей знаменитой витебской ратуши?

5. Чем интересен район Задвинье для горожан, гостей Витебска и учащихся нашей академии?

6. Можно ли считать трамвай одним из брендов Витебска и почему? Представьте себя пассажиром трамвая в начале XX в. В форме учащегося вы добираетесь на занятия. Какую сумму заплатите за проезд?

8. В центре бывшей Дворцовой площади находится 26-метровый монумент из красного финского гранита. Он увенчан двуглавым орлом. В память о каких событиях установлен этот памятник? Зафиксируйте на фотоснимках не менее десяти историко-культурных объектов, расположенных сейчас в районе этой площади и относящихся к разным эпохам и разным сферам общественной жизни.

9. Недавно свой юбилей отметила Белорусская железная дорога. Витебский участок – важная ее часть. Как железнодорожный вокзал Витебска описала в своей книге «Горящие огни» муза, великая любовь и жена Марка Шагала Белла?

10. Какие предприятия были построены в Витебске в годы первой пятилетки? Как их отраслевая направленность подчеркивает особенности проведения индустриализации в БССР?

11. Какое сообщение сконструировал автор в созданном памятном знаке, посвященном П. М. Машерову на Замковой улице города? Что Вы знаете о Петре Мироновиче? Как в Витебске увековечено его имя?

Найдя ответы на эти и другие вопросы, а всего их было 50, ребята оформляли их в самостоятельно выбранной форме. Презентуя результаты, практически каждый старался представить свой образовательный продукт оригинально и креативно. Впечатляли мини-экскурсии, видеоролики, презентации с анимационными эффектами, путеводители-журналы, настенные газеты-карты, альбомы с собственными рисунками и описаниями памятных мест, селфи-альбомы «Follow me».

Проанализировав результаты нашей совместной работы, мы с ребятами решили разрабатывать и реализовывать новые проекты, которые помогут интересно жить, увлекательно учиться и целенаправленно осваивать культурно-историческое пространство.

Список использованных источников

1. Кунашко, Е. А. Краеведческое образование как императив и ресурс духовного развития личности / Е. А. Кунашко // Материалы республиканской научно-практической конференции «Система воспитательной работы вуза по формированию гражданской позиции молодежи». – Витебск : УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2009. – 88 с.
2. Кунашка, А. А. Дотык да горада / А. А. Кунашка // Настаўніцкая газета, 25.11.2014. – 16 с.

Мазалеўскі В. І.,
вядучы спецыяліст па музейна-педагагічнай дзейнасці
Нацыянальнага гісторыка-культурнага музея-запаведніка «Нясвіж»

МІЖНАРОДНЫ ВАЛАНЦЁРСКІ ЭКАЛАГІЧНЫ ЛЕТНІК «СПАДЧЫНА РАДЗІВІЛАЎ» ЯК СПОСАБ ПАПУЛЯРЫЗАЦЫІ ГІСТОРЫКА- КУЛЬТУРНАЙ СПАДЧЫНЫ Ў ТУРЫСТЫЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

Найбольш вядомым моладзевым культурна-адукацыйным праектам, які папулярызуе гісторыка-культурную спадчыну ў турыстычнай дзейнасці, а менавіта аб'ект Сусветнай спадчыны ЮНЕСКА – архітэктурны, жылы і культурны комплекс роду Радзівілаў у г. Нясвіжы, з'яўляецца валанцёрскі летнік «Спадчына Радзівілаў».

Валанцёрскі летнік – гэта адмысловая форма моладзевага руху, якая існуе ў свеце з 1920-х гг. Задача летніка заключаецца ў шматбаковым моладзевым абмене, у рамках якога валанцёры з розных краін прымаюць удзел у сацыяльных, культурных і экалагічных праектах (арганізацыя вольнага часу падлеткаў або рэканструкцыя помнікаў архітэктурны, падрыхтоўка фестываляў, канцэртаў, спартыўных мерапрыемстваў ці рэалізацыя экалагічных праграм).

У Беларусі валанцёрскія праграмы і праекты займаецца нямала арганізацый. Адна з іх – дзяржаўная ўстанова «Нацыянальны гісторыка-культурны музей-запаведнік “Нясвіж”», якая не толькі арганізуе, але і праводзіць і фінансуе валанцёрскія летнікі. У 2013 г. музей-запаведнік наладзіў цесныя партнёрскія адносіны з Рэспубліканскай грамадскай арганізацыяй «Беларуская Асацыяцыя клубаў ЮНЕСКА». Вынікам гэтай сумеснай дзейнасці сталі пяць міжнародных валанцёрскіх экалагічных летнікаў, якія адбыліся ў 2013-2015, 2017 і 2021 гг. (*фота 1*). Мэтай дадзеных праектаў стала добраўпарадкаванне тэрыторый і выхаванне маладых людзей у духу адказнасці за навакольнае асяроддзе (*фота 2*).

Валанцёрскі летнік «Спадчына Радзівілаў» – гэта ўнікальны праект, у межах якога разам збіраюцца людзі розных нацыянальнасцей, прадстаўнікі розных рэлігій і культур. Штогод у рабоце летніка прымаюць удзел 16 добраахвотнікаў з розных краін свету (запрашаецца максімум два чалавекі з адной краіны: гэта неабходна для таго, каб валанцёры мелі магчымасць практыкаваць мову, а таксама для пашырэння міжкультурных кантактаў). За тры гады ў рабоце лет-

ніка прыняла ўдзел моладзь з Беларусі, Расіі, Украіны, Малдовы, Фінляндыі, Нідэрландаў, Германіі, Іспаніі, Эстоніі, Сербіі, Арменіі, Узбекістана, Паўднёвай Карэі і Кітая [1, с. 249].



Фота 1. Святочнае адкрыццё валанцёрскага летніка «Спадчына Радзівілаў – 2013»



Фота 2. Падчас працы ў Старым парку, 2013 г.

Працавалі валанцёры па 4–5 гадзін на дзень, пяць дзён на тыдзень.

Першыя два валанцёрскія летнікі маладыя людзі разам са спецыялістамі камунальнага ўнітарнага прадпрыемства «Нясвіжскі зеленбуд» і дзяржаўнай лесагаспадарчай установы «Клецкі лягас» былі занятыя працай у нясвіжсках парках. Яны збіралі смецце з несанкцыянаваных звалак, займаліся стварэннем архітэктурных і скульптурных кампазіцый, пракладваннем паркавых сцяжынак, пасадкай маладых дрэў, высакалі хмызняк (фота 3). Маладымі

людзьмі таксама былі падрыхтаваны і развешаны па лесе шыльды з добрымі дасціпнымі вершамі, якія нагадваюць турыстам пра неабходнасць прыбіраць за сабой смецце: «Парку нравится быть чистым – будь порядочным туристом», «Мусор собрала волонтеров семья – всем респект от муравья» [2, с. 47] (фота 4).



Фота 3. Пасадка маладых дрэўцаў, 2014 г.



Фота 4. Валанцёры майструюць шыльды, 2014 г.

На працягу трэцяга валанцёрскага летніка юнакі і дзяўчаты былі занятыя працай па добраўпарадкаванні тэрыторыі паблізу ўсыпальніцы барона Гартынга ў вёсцы Завушша (15 км ад Нясвіжа) і былога Іезуіцкага калегіума (гістарычная частка Нясвіжа).

Падчас працы валанцёрскіх летнікаў у 2017 і 2021 гг. удзельнікі былі занятыя працай па добраўпарадкаванні тэрыторыі палацава-паркавага ансамбля і былога Іезуіцкага калегіума (гістарычная частка Нясвіжа).

Другая палова дня ў валанцёрскім летніку была цалкам аддадзена культурным і адукацыйным праграмам, правядзенню трэнінгаў і камандных гульняў (фота 5).



Фота 5. Гульня на яднанне каманды, 2013 г.

Для ўдзельнікаў летніка супрацоўнікі музея-запаведніка падрыхтавалі насычаную праграму: былі праведзены экскурсіі па радзівілаўскім палацы, гарадской ратушы і фарным касцёле, прачытаны лекцыі па гісторыі і культуры Нясвіжа (фота 6).



Фота 6. Экскурсія па палацы князёў Радзівілаў, 2014 г.

Аддзел па справах моладзі Нясвіжскага райвыканкама прапанаваў маладым людзям наведаць майстар-клас па камп'ютарным дызайне і пэйп-арце (фота 7), прыняць удзел у рабоце вакальнага і танцавальнага гурткоў, дзе яны вучыліся іграць на музычных інструментах, развучвалі танцы ў стылі ампір (фота 8).



Фота 7. Майстар-клас па пэйп-арце, 2014 г.

У рамках праекта арганізатарамі былі прадугледжаны дні культуры ўсіх краін-удзельніц. Кожны валанцёр меў магчымасць прадставіць сваю краіну, пазнаёміць удзельнікаў летніка з яе культурай і традыцыямі (фота 9).



Фота 8. Валанцёры ў касцюмах эпохі ампір, 2013 г.



Фота 9. Дзень Арменіі ў валанцёрскім летніку, 2014 г.

Нацыянальны гісторыка-культурны музей-запаведнік «Нясвіж», праводзячы Міжнародны валанцёрскі экалагічны летнік «Спадчына Радзівілаў», пазнаёміў беларускіх валанцёраў і іх калег па добраахвотніцкім цэху з краін замежжа з Нясвіжам, паказаў Беларусь як самабытную краіну са сваёй гісторыяй і культурай, нацыянальнай кухняй і звычаямі (фота 10). А гэта значыць, патэнцыял гісторыка-культурнай дзейнасці будзе павялічвацца. Геаграфія ўдзельнікаў міжнародных валанцёрскіх летнікаў у будучым будзе пашырацца, а прэстыж нашай краіны – расці [1, с. 250] (фота 11).



Фота 10. Удзельнікі валанцёрскага летніка «Спадчына Радзівілаў – 2013»



Фота 11. Удзельнікі валанцёрскага летніка «Спадчына Радзівілаў – 2014»

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Мазалеўскі, В. І. Міжнародны валанцёрскі экалагічны летнік «Спадчына Радзівілаў» // *Acta Anniversaria* : зборнік. навук. прац / уклад. З. Л. Яцкевіч ; рэдкал. : Ю. М. Бохан [і інш.] ; Мін-ва культуры Рэсп. Беларусь, Нац. гіст.-культурны музей-запаведнік «Нясвіж». – Нясвіж : НГКМЗ «Нясвіж», 2015. – Том 1. – С. 249–250.
2. Мозолевский, В. И. Наследие Радзивиллов / В. И. Мозолевский // *Мир музея*. – 2015. – № 10. – С. 47

Морозов Д. В.,

кандидат исторических наук, доцент кафедры музеологии, этнологии
и истории искусств, доцент кафедры международного туризма
Белорусского государственного университета

ПРАКТИКИ РЕТРАНСЛЯЦИИ ПАМЯТИ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИИ БЫВШЕГО ЛАГЕРЯ ШТАЛАГ-352 В МАСЮКОВЩИНЕ

В Год исторической памяти в Беларуси ожидаемо велико внимание к мемориалам, посвященным Великой Отечественной войне. Однако зачастую визиты к ним ограничиваются короткими информационными выступлениями и возложениями цветов. Участникам подобных мероприятий нередко бывает сложно понять суть событий, которые стоят за тем или иным местом памяти. Часто уже невозможно пригласить на встречу живых свидетелей событий военных лет либо профессиональных экскурсоводов и историков. На этом фоне важно найти доступные и эффективные инструменты ретрансляции этих непростых сведений.

На территории бывшего нацистского лагеря для советских военнопленных Шталаг-352 в минском микрорайоне Масюковщина за последние два года отработан ряд практик работы со школьными и студенческими группами, а также индивидуальными туристами, создан стационарный музей при Крестовоздвиженской церкви, разработана виртуальная история лагеря, установлены информационные стенды на мемориале и территории близлежащей СШ № 132. Данные методики могут быть успешно использованы и на других местах памяти.

Опыт и перспективы туристического развития территории бывшего лагеря Шталаг-352 в Масюковщине изложены автором в одноименной статье в 2021 г. [1]. Все сформулированные тогда предложения не потеряли своей актуальности и требуют скорейшей реализации, особенно консервация аварийного здания бывшего лагерного лазарета. При этом ряд идей уже удалось воплотить в жизнь. Их реализацией занимались различные организации, общественные объединения, учебные заведения, творческие коллективы и небезразличные люди.

Среди успешных практик, отработанных в Масюковщине следует отметить следующие:

- разработка виртуальной истории лагеря «Будущее зыбко, память реальна» (<https://stalag352.by>) [2];
- привлечение студентов и магистрантов исторического факультета БГУ к процессу наполнения виртуальной истории лагеря;

- разработка аудиогuida для самостоятельного изучения туристами территории бывшего Шталага-352 на открытой площадке izi.travel на русском, белорусском и английском языках [3];
- разработка экскурсии «Пленная правда: история Шталага-352 в Масюковщине», а также экскурсии-квеста для школьных групп;
- организация Православной церковью работы «Музей подвига советских военнопленных – узников Шталага-352 в городе Минске» рядом с мемориальным комплексом;
- пополнение экспозиции музея материалами о бывших узниках лагеря, которые привозят на экскурсии их родственники;
- организация тематических занятий в формате «исторической мастерской» со школьниками в лектории музея (подготовка «живых» портретов военнопленных, создание фотограмм найденных поисковиками предметов узников лагеря);
- установка информационных стендов на территории братского кладбища Шталага-352 с возможностью перехода на виртуальную историю лагеря;
- посадка молодых дубов и сосен на территории бывшего «лесного лагеря» Шталага-352, для поддержания в будущем соответствующей этому месту памяти атмосферы;
- систематическое проведение субботников на территории бывшего лагеря;
- проведение поисковых работ на местах массовых захоронений узников Шталага-352. Отметка геолокаций этих мест сотрудниками прокуратуры и Следственного комитета Республики Беларусь;
- публикация широкого круга тематической литературы, посвященной истории лагеря в Масюковщине.



Рис. 1 – Информационный стенд у мемориала (разработка «Медиа-lab Глаголь»)

Особое внимание следует уделить новаторской виртуальной истории лагеря военнопленных Шталаг-352 в Минске «Будущее зыбко, память реальна». Проект был реализован Республиканским союзом туристической индустрии при поддержке фонда «Память, ответственность и будущее» (EVZ). При разработке были использованы архивные документы из фондов Белорусского государственного архива кинофотофонодокументов, а также многочисленные материалы исследований специалистов по проблеме военнопленных. Авторами концепции и создателями контента выступил коллектив студии «Медиа-lab Глаголь». Данный проект объединил художников, аниматоров, дизайнеров, журналистов, культурологов, историков, педагогов, участников поисковых групп, архивистов, разработчиков, театральных актеров и режиссеров.

Сайт проекта дает возможность виртуально погрузиться в историю лагеря. По сути, это художественный дневник, в котором соединяются документалистика, авторский аудиоспектакль, атмосферная графика и элементы анимации. Средствами мультимедиа он оживляет и фиксирует воспоминания военнопленных, контуры карты бывшего лагеря, строки из архивных документов и найденные на территории лагеря артефакты. Виртуальная история дает голос тем, кто раньше не мог говорить: узникам лагеря, их родственникам, очевидцам преступлений, немецким охранникам, участникам поисковых экспедиций. Все это помогает воссоздать картину событий, которые произошли в этом уголке Минска в 1941–1944 гг.

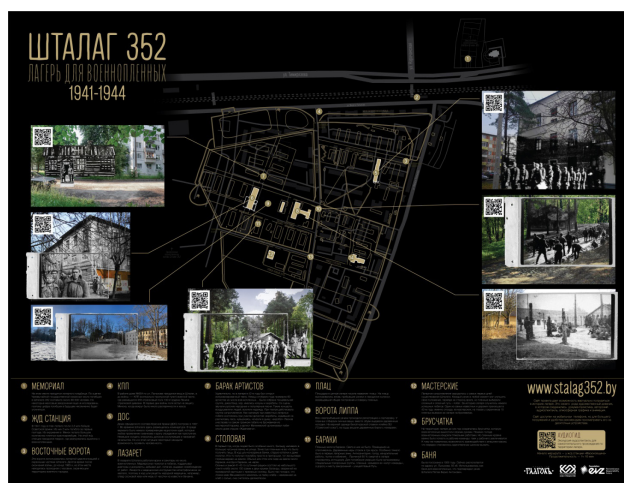


Рис. 2 – Карта лагеря для виртуальной истории и информационных стендов у входа на мемориал и на территории СШ № 132 (разработка «Медиа-lab Глаголь»)

Реализация данного проекта заняла у команды из 30 человек примерно 2 года. Безусловно, в большинстве случаев повторить в других местах подобный опыт будет затруднительно. Однако в значительно более простом виде информацию о местах памяти Великой Отечественной войны можно размещать на площадке «Цифровая звезда» (<https://izvezda.by>) с последующей возможностью размещения на мемориалах таблицы с QR-кодом для перехода на электронное описание объекта [4]. Сейчас портал требует утверждения материалов модераторами, что способствует единообразию их заведения и научной верификации.

Не требуют сейчас финансовых затрат и методики поиска дополнительной информации о захороненных в братских могилах идентифицированных воинах. Для этой цели подходят три современные электронные базы данных: обобщенный банк данных «Мемориал» <https://obd-memorial.ru>, государственная информационная система «Память народа» <https://pamyat-naroda.ru>, сайт движения «Бессмертный полк» <https://www.moypolk.ru>.

Первая база содержит сведения о миллионах защитников Отечества, погибших, умерших и пропавших без вести в период Великой Отечественной войны. Вторая хранит информацию о наградных листах отличившихся воинов. Третья – фотографии участников войны и дополнительные сведения, которые выкладывают родственники о своих предках. Верификация учащимися данных, имеющихся на локальных мемориалах, является полезной вовлекающей практикой. Она позволяет узнать судьбы людей, погибших в ходе войны, собрать материалы для разработки локальной экскурсии, сведения для информационных стендов, подготовить материалы для размещения на портале «Цифровая звезда».

Отдельно следует подчеркнуть необходимость установки рядом с мемориалами информационных стендов. Это весьма сложный и ресурсоемкий процесс, требующий от инициаторов согласований с Министерством культуры, Институтом истории Академии наук, а также местными ответственными органами. Однако без системной разработки и установки подобных стендов, связанных с цифровыми информационными площадками, индивидуальным самостоятельным туристам обычно просто невозможно считать информацию о месте памяти во время его посещения.

Это лишь некоторые из практик, которые можно применять на различных объектах. Апробация новых форм работы с молодежью будет продолжена на базе территории бывшего Шталага-352 в Масюковщине для последующего распространения данного опыта на схожие локации. Дополнительные рекомендации по вариантам интеграции мест памяти в туристические программы содержатся в исследовании Национального агентства по туризму «Использование национальных мест памяти в развитии военно-исторического туризма в Республике Беларусь» [5].

Список использованных источников

1. Морозов, Д. В. Опыт и перспективы туристического развития территории бывшего лагеря Шталаг-352 в Масюковщине / Д. В. Морозов // Материалы первой международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», г. Минск, 28 сентября 2021 г. – Минск : А. Н. Вараксин, 2021. – С. 191–197.
2. Виртуальная история лагеря военнопленных Stalag 352 «Будущее зыбко, память реальна» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stalag352.by>. – Дата доступа: 13.08.2022.
3. Аудиогид «Пленная правда: история Шталага-352 в Масюковщине» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://izi.travel/ru/987b-plennaya-pravda-istoriya-shtalaga-352-v-masyukovshchine/ru>. – Дата доступа: 13.08.2022.
4. Цифровая звезда. Поиск памятников Великой Отечественной войны. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://izvezda.by>. – Дата доступа: 13.08.2022.
5. Морозов, Д. В. Использование национальных мест памяти в развитии военно-исторического туризма в Республике Беларусь : сборник материалов / Д. В. Морозов, Д. В. Скворчевский. – Минск : Колорград, 2022. – 343 с.

Силюк Т. С.,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и страноведения учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ АГРОУСАДЬБЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЛАВЯНСКОЙ МИФОЛОГИИ

В учреждении образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина» большое внимание уделяется научно-исследовательской работе студентов. Такая работа организуется в форме студенческих научных групп и лабораторий. В университете осуществляется подготовка специалистов по специальности «Туризм и гостеприимство». Студенты данной специальности занимаются НИРС в рамках студенческой научно-исследовательской группы (далее – СНИГ) «Туристско-экскурсионная деятельность». Одним из проектов, который разработали студенты СНИГ, является концепция уникальной агроусадьбы, которая бы, кроме рекреационной функции, еще бы выполняла и культурно-образовательную функцию, информируя отдыхающих о древней истории, основах славянской мифологии, мотивируя их к изучению родного края.

Агроэкотуризм – вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма и сельскохозяйственными работами, организации рыбалки, охоты, приобретению новых знаний и умений. Агроэкотуризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта [1].

Целью проекта СНИГ была разработка концепции оригинальной агроусадьбы «Завитанское подворье». Для реализации цели были решены следующие задачи: проведен анализ рынка агротуристических услуг в Несвижском районе Минской области; определены факторы конкурентоспособности, на их основе разработана концепция новой агроусадьбы с использованием славянской мифологии.

Теоретическая значимость проекта СНИГ обусловлена проведением сравнительного анализа деятельности агроусадоб Несвижского района. Практическая значимость проекта заключается в разработке концепции агроусадьбы «Завитанское подворье» как основы для открытия в будущем собственно-

го бизнеса. Результаты исследования могут стать мотивацией для владельцев агроусадоб данного района и побуждением их к развитию собственных усадеб, тем самым формируя выгоды для местного населения.

Несвижский район расположен в юго-западной части Минской области Республики Беларусь. Административный центр – город Несвиж. Площадь района – 863 км², население – 39206 человек. В районе в настоящее время действуют 33 объекта агроэкотуризма (для сравнения: в 2013 г. их было 12) [2]. Агроусадьбы Несвижского района весьма доступны по цене. Ценовая политика устроена так, чтобы любой человек мог позволить себе арендовать домик в деревне. Все дома соответствуют установленным требованиям качества.

Анализ конкурентной среды показал, что в Несвижском районе из 33 баз агроэкотуризма наиболее крупными и популярными являются 5. Они предоставляют идентичные услуги и характеризуются невысоким качеством обслуживания и недостаточной профессиональной подготовкой владельцев усадеб. Практически у всех агроусадоб района схожий образ без какой-либо изюминки. Поэтому актуально в Несвижском районе создать уникальную агроусадьбу, где будет особая атмосфера обслуживания туристов, построенная на традициях, мифах и легендах Беларуси. Это будет несомненным конкурентным преимуществом, так как в районе подобного нет.

Оптимальным местом для расположения такой усадьбы была выбрана деревня Завитая, предлагаемое название агроусадьбы – «Завитанское подворье». В агроусадьбе будут созданы комфортабельные дома, баня, зона барбекю, сад, зона отдыха для взрослых и детей, сельскохозяйственная мини-ферма на 1 га, будут оказываться услуги по катанию на велосипедах, сбору ягод и грибов, организации рыбалки, народных гуляний.

Цель деятельности – создание агроусадьбы «Завитанское подворье» для извлечения прибыли из сельскохозяйственной деятельности и агротуристического бизнеса, а также создание дополнительных рабочих мест на селе для предотвращения трудовой миграции и роста доходов местных жителей; сохранение культурных традиций. Предполагается, что усадьба будет работать в среднем ценовом сегменте.

Агроусадьба «Завитанское подворье» будет соответствовать установленным законодательством требованиям по качеству и объему предоставляемых услуг и сможет позиционироваться в категории «три петушка» (аналог звезд у отелей) по классификации сельских усадеб Белорусского общественного объединения «Отдых в деревне».

Главной особенностью новой агроусадьбы будет атмосфера, в которую попадут гости. Все на территории агроусадьбы и в окрестностях, в гостевых домах (рис. 1) будет пронизано мифами и легендами древних славян. На территории агроусадьбы будут установлены деревянные статуи либо декорации,

посвященные разным славянским богам и духам (рис. 2). Будет оформлена фотозона в виде Мирового древа (каким славянские предки представляли мир).



Рис. 1 – Вариант гостевого дома, стилизованного под традиционный славянский дом



Рис. 2 – Изображение бога Стрибога

Декорации будут размещены в соответствующих определенным духам и богам местах (например, Домовой – в доме, озерницы – возле пруда, Велес – возле хозяйственных построек, Ярило – в огороде, Печурник – у камина и т. д.). Все локации будут сопровождаться табличками с информацией о божестве или духе, их внешнем виде, особенностях поведения, традициях поклонения и др.

На территории усадьбы и ее окрестностях предлагается разместить фигуры следующих богов и духов:

- Сварог – бог небесного огня, покровитель домашнего очага и кузнечного ремесла, владыка Вселенной;
- Перун – бог-громовержец, покровитель князя и дружины;
- Макошь (Мокошь) – богиня плодородия и судьбы, покровительница женщин;
- Спорыш – хороший божок плодородия и семейного благополучия;
- Рай – бог урожая и богатства, сын Ярилы и Ржаной бабы;
- Ох – божок, который помогает людям;
- Белбог (Белун, Бог богов, Дед, Небо) – бог урожая и земледелия, охраняет крестьянские нивы, одаривает людей золотом;
- Ржаная Баба – древнейшая богиня урожая, женская пара божка Житеня;
- Житень – бог полевой работы, бог осени и урожая;
- Толока – женское божество, покровительница жатвы и плодородия;
- Дзявоя – богиня невинности;

- Зюзя (Мороз, Ледяной бог) – бог холода и стужи;
- Жижаль – подземный бог огня, мог вызвать пожары, враг Перуна;
- Гаевый Дед (Гаюн) – дух, который наблюдает за порядком в лесу, охраняет красоту нетронутых мест, следит за лесорубами;
- Дедка – добрый персонаж, символ богатства и достатка;
- Жевжик – водяное божество, добрый опекун рек и озер;
- Озерницы – недобрые женские духи водоемов;
- Зазывка – женский дух, который может заманить человека в глубь леса;
- Гарцуки – духи, подвластные Перуну, вызывают грозу, ветры, бури;
- Домовой (Хатник) – добрый домашний дух, живет в печи или под печью;
- Ёвник (Осетник) – дух овина, где сушили снопы перед молотью;
- Печурник – добрый дух, который живет под печью, помогает хозяевам;
- Волосень – недобрый домашний дух, который пугает и тревожит людей во сне;
- Сербай – злой дух, олицетворение голода;
- Меша – недобрый дух, который живет в разрушенных домах;
- Хлевник – пришлый вредный домовый, который выжил местного Хатника из хлева;
- Домовуха – женский домашний дух, смотрел за хозяйством, укачивал детей;
- Хапун – дух-старик, летал над землею с мешком и собирал в него непослушных детей;
- Змей (Цмок) – чудовище с множеством голов;
- Опивень – дух-бес, который склоняет людей к пьянству;
- Злыдни – вредные персонажи, которые живут под печкой;
- Треска-шухна – дух, который насылает лихорадку;
- Белая Баба – смерть;
- Рыбий Царь – господин всех рыб;
- Кук – птичий хозяин;
- Король Ужей – змеинный хозяин [3].

Для организации досуга гостей в агроусадьбе будут организованы различные мероприятия, посвященные празднованию древних языческих (Бабы каши, Щедруха, Турицы, Громницы, Кликанье весны, Купалье, Масленица, Коляда) и сельскохозяйственных (Зажинки, Дожинки) праздников славян.

Большим плюсом в организации усадьбы в Несвижском районе является то, что в районе проводится празднование «Калядных Царей». Данный обряд занесен в Список нематериального культурного наследия. Участие туристов в данном обряде будет способствовать повышению интереса к традициям Беларуси и возрождению забытых обрядов.

Для того чтобы маркетинговая часть концепции агроусадьбы «Завитанское подворье» являлась более эффективной, была использована бизнес-модель А. Остервальдера. В соответствии с бизнес-моделью агроусадьбы «Завитанское подворье» основными потребителями услуг агроусадьбы будут молодые пары, семейные пары с детьми, молодежь, лица третьего возраста. Гостям агроусадьбы будет обеспечено качественное обслуживание, удовлетворение индивидуальных запросов, предоставлена возможность оздоровиться и провести время на свежем воздухе по более низким ценам, чем в специализированных заведениях.

Партнерами новой агроусадьбы будут Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне», Несвижский райисполком, Государственное учреждение культуры «Несвижский замок», местные жители, фермеры и ремесленники Несвижского района. Прибыль будет обеспечиваться посредством продажи агротуристических услуг, аренды туристического и спортивного снаряжения, организации экскурсионного обслуживания, предоставления дополнительных услуг и организации мастер-классов.

Продвижению агроусадьбы будут способствовать установка дорожных указателей и рекламных плакатов; реклама на сайтах-агрегаторах и в социальных сетях, создание собственного сайта; проведение рекламных акций (день открытых дверей), участие в туристических выставках; личные продажи.

Одним из основных факторов в разработке концепции агроусадьбы является выбор правильного местоположения. Это должно быть место, удаленное от больших городов, источников загрязнения и дорожного шума. Место должно быть безопасным для гостей, не угрожать их жизни и здоровью, обеспечивать положительное отношение со стороны жителей деревни. Местоположение агроусадьбы должно иметь хорошую транспортную доступность, коммуникации, мобильную связь и интернет. Многие посетители агроусадьбы не могут отказаться от благ цивилизации, поэтому в агроусадьбе «Завитанское подворье» будут современные санузлы, центральное отопление, удобные кровати, беспроводной интернет и др.

Для желающих на выбор будет организовано одноразовое или трехразовое питание. Для приготовления пищи будут использоваться экологически чистые продукты, выращиваемые или собираемые собственником агроусадьбы, выловленная в окрестных водоемах рыба, продукты, закупленные у местных жителей. Недостающие ингредиенты будут закупаться в местном магазине или у фермеров.

На агроусадьбе будут пропагандировать здоровый отдых. Этому будут способствовать спортивные игры, походы по окрестностям с целью сбора грибов, ягод, трав; посещение природных и культурно-исторических памятников, пешие прогулки, катание на велосипедах, рыбалка, народные гуляния,

ремесленные мастер-классы (гончарство, кулинария, составление фитосборов). Почти все локации отдыха будут связаны с древнеславянской мифологией.

Таким образом, концепция создания агроусадьбы «Завитанское подворье» может быть реализована на практике, поскольку такая усадьба будет обладать рядом конкурентных преимуществ, среди которых:

- низкий уровень конкуренции (в Несвижском районе только 5 агроусадоб являются популярными, остальные значительно уступают в обслуживании, качестве и наборе услуг);
- относительно близкое расположение (г. Минск – 120 км, г. Несвиж – 5 км);
- наличие рядом леса;
- отсутствие необходимости регистрировать юридическое лицо;
- растущий спрос на отдых в сельской местности и на природе;
- возможность уединения, освобождения от ежедневной рутины и социального статуса;
- создание уникального имиджа усадьбы, основанного на мифологии древних славян;
- наличие познавательного и культурного потенциала отдыха.

Использование мифологии и народных празднеств древних славян в концепции создания агроусадьбы поможет привлечь внимание туристов к самой агроусадьбе, популяризовать историю предков, возродить утраченные традиции, повысить интерес жителей Беларуси и гостей страны к истории и культуре края.

Список использованных источников

1. Клицунова, В. А. Агроэкотуризм / В. А. Клицунова, Н. М. Борисенко. – Минск : РИПО, 2014. – 132 с.
2. Агроэкотуризм в Несвижском районе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://несвиж-асвета.бел/спорт-и-туризм/агроэкотуризм>. – Дата доступа: 12.03.20212.
3. Язычество у славян [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://poshyk.info/yazychestvo-u-slavyan>. – Дата доступа: 15.04.20212.

Скварчэўскі Д. В.,
кандыдат гістарычных навук, дацэнт кафедры гісторыі Беларусі
старажытнага часу і сярэдніх вякоў гістарычнага факультэта
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта

АБ'ЕКТЫ САКРАЛЬНАЙ ГЕАГРАФІІ Ў ТУРЫСТЫЧНА-ЭКСКУРСІЙНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ: МЕТАДЫЧНЫЯ РЭКАМЕНДАЦЫІ

Пад аб'ектамі сакральнай геаграфіі разумеюцца аб'екты прыроднага паходжання (крыніцы, камяні, азёры, дрэвы і інш.), якія адыгрываюць значныя функцыі ў рэлігійна-абрадавым жыцці мясцовай супольнасці і (ці) займаюць пэўнае месца ў міфалагічных уяўленнях і вераваннях вясковай супольнасці [2, с. 95]. Разам з гэтым варта таксама падкрэсліць, што гаворка ідзе не толькі пра вясковую прастору, але і гарадскую. У сучасных беларускіх гарадах захоўваюцца аб'екты сакральнай геаграфіі, якія дагэтуль шануюцца гараджанамі і гасцямі. Напрыклад, святая крыніца ля Сафійскага сабора ў Полацку, Юр'ева гара і святая крыніца ў Віцебску, святая крыніца ў Капылі, Лагойску, Крычаве, Сянно і інш.

На сённяшні дзень на тэрыторыі Беларусі вядома больш чым пра 500 сакральных валуноў [4, с. 46], пра 800 сакральных узгоркаў [9, с. 4], больш за 200 шанаваных крыніц [8, с. 10]. Пра прыблізную колькасць святых дрэваў, азёраў і інш. няма звестак, але вядомыя лічбы паказваюць, што аб'екты сакральнай геаграфіі займаюць заўважнае месца ў гісторыка-культурным ландшафце краіны. Многія шанаваныя прыродныя аб'екты з'яўляюцца помнікамі прыроды (гідралагічнымі, батанічнымі, геалагічнымі) рэспубліканскага ці мясцовага значэння. Напрыклад, помнікамі прыроды абвешчаны 355 валуноў. У той жа час колькасць валуноў, якія маюць статус гісторыка-культурнай каштоўнасці, мізэрная (26 у 2017 г.) [5, с. 7]. Шэраг аб'ектаў сакральнай геаграфіі разам са звязанымі з імі звычаямі мае статус нематэрыяльных гісторыка-культурных каштоўнасцей: традыцыя шанавання Святога каменя ў в. Крамянец Лагойскага р-на; тапанімічны аб'ект Княжая гара у в. Ляхчыцы Кобрынскага раёна; традыцыя шанавання валуна «Нявесцін камень» у Ашмянскім раёне; абрад «Бразгун» у в. Наркі Чэрыкаўскага раёна; традыцыя паломніцтва і пакланення Благітнай крыніцы ў Слаўгарадскім раёне.

Уключэнне наматэрыяльных гісторыка-культурных каштоўнасцяў у турыстычную дзейнасць садзейнічае выкананню мэт Канвенцыі ЮНЭСКА аб ахове нематэрыяльнай культурнай спадчыны, сярод якіх – прыцягненне ўвагі на мясцовым, нацыянальным і міжнародным узроўнях да важнасці нематэрыяльнай культурнай спадчыны і яе ўзаемнага прызнання [3]. Наведванне святых прыродных мясцін можа разглядацца як форма рэлігійнага турызму (па-

ломніцтва) і міфалагічнага турызму (як праява культурна-пазнавальнага) [10, с. 41–42]. Пры гэтым сярод нематэрыяльнай культурнай спадчыны найбольш актыўна ў турыстычную дзейнасць уключаны традыцыйныя абрады, рамёствы, адметныя праявы мясцовай кухні [3], што абумоўлена асаблівасцямі культурнай спадчыны. Далёка не ўсё з гэтай катэгорыі можа быць непасрэдна ўключана ў турыстычна-экскурсійную дзейнасць, а што магчыма – можа мець пэўную спецыфіку, патрабаванні і абмежаванні.

Маніторынг беларускіх экскурсійных маршрутаў паказвае, што на сённяшні дзень у турыстычна-экскурсійнай дзейнасці найчасцей выкарыстоўваюцца для паказу наступныя аб’екты сакральнай геаграфіі: «Нявесцін камень» у Ашмянскім раёне; святая крыніца Сіні калодзеж (вядомая пад неаўтэнтычнай назвай «Блакітная крыніца») у Слаўгарадскім раёне; святая крыніца каля Жыровічаў; Юцкоўскія крыніцы ў Дзяржынскім раёне; камень «Дзед» і некаторыя асобныя камяні ў музеі валуноў у Мінску; Палыкавіцкая крыніца ў Магілёве; святая крыніца ў Ракаве; прошча Ізбійскі бор разам з крыніцай і рэшткамі шанаваанай сасны; Святая горка з фрагментам ахвярніка («следавік») і каменным крыжом каля в. Верхлес і Гудавічы Чэрвеньскага раёна.

Грунтуючыся на прынцыпах, закладзеных у Канвенцыі ЮНЭСКО аб ахове нематэрыяльнай культурнай спадчыны, нормах нацыянальнага заканадаўства, этычных прынцыпах аховы нематэрыяльнай культурнай спадчыны, а таксама на традыцыйных каштоўнасцях і народным успрыманні прыродных святынь, прапануюцца наступныя метадычныя рэкамендацыі пры ўключэнні аб’ектаў сакральнай геаграфіі ў экскурсійную дзейнасць.

1. Пазбягаць празмернай камерцыялізацыі. Калі мы маем справу з аб’ектамі сакральнай геаграфіі, то на першым месцы мусіць быць захаванне нематэрыяльнай культурнай спадчыны. Не павінна адбывацца адчужэння мясцовай супольнасці ад уласнай спадчыны. Арганізатары, экскурсаводы, экскурсантаў абавязаны прызнаваць і паважаць традыцыі і правы мясцовых жыхароў. Прыродныя святыні непарыўна звязаны з мясцовай супольнасцю, якая і павінна адыгрываць галоўную ролю, але не турысты. Асабліва важна гэта ў час правядзення свят (напрыклад, абрад «Бразгун» каля святой крыніцы ў в. Наркі Чэрыкаўскага раёна), калі збіраюцца разам і мясцовыя жыхары, і турысты. Наведвальнікі не павінны перашкаджаць правядзенню абраду, у тым ліку праз празмерна актыўнае фатаграфаванне ці нейкія іншыя дзеянні, якія не адпавядаюць ці супярэчаць лакальнай традыцыі і прынятым правілам.

2. Нематэрыяльная культурная спадчына не падлягае вонкавай каштоўнаснай ацэнцы. Гэта значыць, што экскурсавод і экскурсантаў ў час экскурсіі не павінны разглядаць традыцыі шанавання прыродных святынь у ацэнчальных катэгорыях (забабоны, перажыткі, бескультурнасць, дзікунства і т. п.). Таксама нельга ацэньваць звычай шанавання прыродных святынь з пазіцыі ўласнай

рэлігійна-канфесійнай прыналежнасці. Асабліва гэта датычыцца экскурсаводаў. Праз экскурсію павінна быць растлумачана каштоўнасць і закладзена разуменне культурнай традыцыі, яе значэнне і функцыі.

3. У сваю чаргу прадстаўнікі мясцовай супольнасці, якія задзейнічаны ў турыстычнай дзейнасці, не павінны дзеля камерцыялізацыі, згоды і пацехі турыстаў трансфармаваць аўтэнтычныя традыцыі шанавання прыродных святынь.

4. Пры падрыхтоўцы кантрольнага і індывідуальнага тэкстаў выкарыстоўваць толькі акадэмічную літаратуру па тэме сакральнай геаграфіі Беларусі. У спісе літаратуры можна знайсці асноўныя публікацыі. Асобна трэба адзначыць манаграфію Уладзіміра Лобача «Міф. Прастора. Чалавек: традыцыйны культурны ландшафт беларусаў у сямиятычнай перспектыве» [7], у якой падрабязна разглядаецца традыцыйны культурны ландшафт беларусаў, раскрываюцца сутнасныя рэчы для разумення семантыкі навакольнай прасторы ў кантэксце традыцыі. Кніга «Легенды і паданні» [6] з акадэмічнай серыі «Беларуская народная творчасць» з'яўляецца крыніцай аўтэнтычных аповедаў пра аб'екты сакральнай геаграфіі, а таксама пра паходжанне назваў населенных пунктаў, рэч, азёр і т. п. Падобныя паданні таксама варта шукаць у выданнях з серыі «Традыцыйная мастацкая культура беларусаў», прысвечаных традыцыйнай культуры кожнага гісторыка-этнаграфічнага рэгіёна Беларусі (усяго 6 тамоў у 10 кнігах). Адпаведна, інтэрнэт-публікацыі павінны разглядацца крытычна, а інфармацыя выкарыстоўвацца ў выпадку, калі яна не супярэчыць навуковым прынцыпам, не мае прыкмет фальсіфікацыі з адценнем сенсацыйнасці, а яе аўтар мае надзейную рэпутацыю.

5. Пры стварэнні маршруту і кантрольнага тэксту менавіта на этапе фармулявання канцэпцыі і плана рэкамендуецца звяртацца па кансультацыі да экспертаў у галіне беларускай традыцыйнай культуры, у прыватнасці сакральнай геаграфіі і міфалогіі.

6. Пры распрацоўцы, а таксама пры рэалізацыі маршрутаў трэба выразна разумець мэтавую аўдыторыю (паломнікі, экскурсантаў, дарослыя, дзеці).

7. Немагчыма стварыць турыстычны маршрут з наведваннем аб'ектаў сакральнай геаграфіі выключна тэарэтычна, на падставе літаратуры ці аўдыявізуальных крыніц. Многія вядомыя і значныя аб'екты сакральнай геаграфіі знаходзяцца ў цяжкадаступных месцах, дзе адсутнічае якая-небудзь турыстычная інфраструктура, а таксама дарогі і паркоўкі. Часам шлях ад пункту высадкі да святыні можа займаць ад некалькіх сотняў метраў да некалькіх кіламетраў. Гэтыя акалічнасці абавязкова трэба ўлічваць пры распрацоўцы і рэалізацыі экскурсійных маршрутаў. Для звычайных экскурсантаў варта выбіраць аб'екты наведвання максімальна блізкія і інтэграваныя ў існуючую інфраструктуру.

8. У залежнасці ад узроўню даступнасці мясцін неабходна загадзя інфармаваць экскурсантаў у поўным аб'ёме пра ўсе акалічнасці маршруту, у тым ліку з рэкамендацыямі прыдатнага адзення і абутку.

9. Экскурсавод павінен мець неабходныя акадэмічныя веды па традыцыйнай культуры Беларусі.

10. Экскурсавод на маршруце павінен падрабязна тлумачыць правілы паводзін: што дазваляецца ў тым ці іншым месцы, а што – не (напрыклад, што нельга запальваць агонь на валуне, нельга адкалоць кавалачак каменя, нельга мыць посуд у святой крыніцы і т. п.), і ўвогуле патлумачыць этычныя прынцыпы працы з нематэрыяльнай культурнай спадчынай.

11. Уключэнне аб'ектаў сакральнай геаграфіі ў турыстычную дзейнасць не павінна прывесці да змен прыроднага і культурнага ландшафту, пашкоджання і забруджвання народных святынь. Экскурсаводу (ці кіраўніку групы) рэкамендуецца мець з сабой пакеты для смецця і пальчаткі, каб у выпадку неабходнасці прыбраць тэрыторыю, калі гэта магчыма ўласнымі сіламі.

12. У асобных выпадках мясцовыя традыцыі прадугледжваюць пэўныя маніпуляцыі з аб'ектам сакральнай геаграфіі (адскупнуць кавалачак дрэва, выразаць нешта на дрэве і т. п.), аднак трэба выразна ўсведамляць, што гэта ўсё мае рэлігійны грунт, адбываецца строга рэгламентавана ў межах абраду з канкрэтнымі мэтамі. У час экскурсіі нельга рабіць тое ж самае дзеля забавы і інтэрактыўнасці. А прыродны аб'ект не павінен быць разабраны на сувеніры, вынікам чаго будзе яго пашкоджанне і знікненне.

13. Забараняюцца скажэнне і спрашчэнне аўтэнтычных традыцый, змена сэнсаў і каштоўнасці. У якасці вядомага прыклада можна ўзгадаць пра ўнікальны помнік прыроды і святую крыніцу Сіні калодзеж, якую ператварылі ў Блакітную крыніцу, а сама тэрыторыя пасля добраўпарадкавання і стварэння адпаведнай інфраструктуры транслюе наведвальнікам зусім іншыя культурна-гістарычныя сэнсы, якія не адпавядаюць мясцовай аўтэнтычнай традыцыі. Экскурсаводу нельга прыдумляць уласныя назвы, легенды, «абрадавыя дзеянні», якія будуць перададзены экскурсантам. Напрыклад, калі ля аб'екта сакральнай геаграфіі не прынята павязваць абракальныя стужкі, ручнікі, тканіну, то і нельга ўводзіць такую навіну. Гэтак жа сама экскурсавод павінен сачыць, каб і самі экскурсантаў на месцы не займаліся падобнай непатрэбнай «творчасцю», і ў навуковым рэчышчы тлумачыць шкоднасць такіх дзеянняў.

14. Экскурсаводу падчас экскурсіі трэба звяртаць увагу экскурсантаў на выпадкі трансфармацыі аўтэнтычнага выгляду аб'ектаў сакральнай геаграфіі, абавязкова апісаць і патлумачыць, як месца выглядала раней. Гэта патрэбна для таго, каб у экскурсантаў, асабліва замежных, не склалася памылковага ўяўлення пра традыцыйную беларускую культуру. Экскурсантаў павінны навучыцца адрозніваць аўтэнтыку ад сучасных стылізацый, традыцыйны мясцовы стыль ад запазычванняў і г. д. Такія змены адбыліся, напрыклад, каля Юраўскай крыніцы ў Віцебску, крыніцы Серабранка ў Расонскім раёне.

Гэта асноўныя, але не поўныя рэкамендацыі па інтэграцыі аб'ектаў сакральнай геаграфіі ў турыстычна-экскурсійную дзейнасць. Спіс можа быць дапоўнены. Хочацца спадзявацца, што далейшыя рэкамендацыі будуць карысныя супрацоўнікам турыстычнай галіны і паспрыяюць таму, што развіццё турыстычна-экскурсійнай дзейнасці будзе садзейнічаць захаванню і папулярызацыі беларускай традыцыйнай культуры.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Дучыц, Л. Сакральная геаграфія Беларусі / Л. Дучыц, І. Клімковіч. – Мінск : Літаратура і Мастацтва, 2011. – 382 с.
2. Ідэнтыфікацыя і інвентарызацыя нематэрыяльнай культурнай спадчыны Беларусі: практычнае кіраўніцтва / А. Сташкевіч [і інш.]. – Мінск : Інбелкульт, 2014. – 164 с.
3. Каліноўская, А. Т. Выкарыстанне нематэрыяльных гісторыка-культурных каштоўнасцей у турыстычнай дзейнасці [Электронны рэсурс] / А. Т. Каліноўская, А. В. Гумінская. – Рэжым доступу: https://livingheritage.by/resource/links/NKS_i_turyzm-2017-2020.pdf. – Дата доступу: 12.07.2022.
4. Карабанов, А. К. Сакральные и исторические валуны Беларуси (общий обзор) / А. К. Карабанов [и др.] // Культовые камни Восточной Европы: Беларусь, Латвия, Литва, Россия. – СПб. : ИЦ «Гуманитарная Академия», 2018. – С. 9–79.
5. Культавыя і гістарычныя валуны Беларусі / А. К. Карабанаў [і інш.]. – 2-е выд., дап. і перапрац. – Мінск : Беларуская навука, 2022. – 403 с.
6. Легенды і паданні / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Інстытут мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору імя К. Крапівы. – 2-е выд., дап. і дапрац. – Мінск : Беларуская навука, 2005. – 550 с.
7. Лобач, У. Міф. Прастора. Чалавек: традыцыйны культурны ландшафт беларусаў у сяміятычнай перспектыве / У. Лобач. – Мінск : Тэхналогія, 2013. – 510 с.
8. Лобач, У. Святыя крыніцы Беларусі / У. Лобач, Т. Валодзіна. – Мінск : Беларуская навука, 2016. – 186 с.
9. Сакральныя ўзгоркі Беларусі / В. Ф. Вінакураў [і інш.]. – Мінск : Беларуская навука, 2021. – 267 с.
10. Сковрчевский, Д. В. Мифологический туризм в Беларуси: идея и практика / Сковрчевский Д. В. // Материалы первой международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», г. Минск, 28 сентября 2021 г. / редкол. : М. П. Портной (председатель) [и др.]. – Минск, 2021. – С. 40–45.

Ткачёва М. Д.,
старший научный сотрудник филиала «Красный Берег»
государственного учреждения культуры
«Жлобинский историко-краеведческий музей»

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО И ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ЖЛОБИНСКОГО РАЙОНА

В последние годы все большую популярность набирают такие направления, как религиозный и паломнический туризм. Важно понимать, что эти понятия близки, но имеют отличия.

Религиозный туризм – это путешествие с познавательными целями. Главное в такой экскурсии – знакомство с историей мест, архитектурой, жизнью святых, церковными обрядами и канонами.

Паломничество – поклонение святыням, участие в богослужении, молитва, тот настрой, который получают путешественники при посещении храмов, духовное обновление. Экскурсия – часть паломничества, но не главная, а вспомогательная. Экскурсовод поможет с организационными вопросами, такими как маршрут переезда, места обеда, санитарных остановок и т. д., расскажет об истории и архитектурных особенностях достопримечательностей, предоставит информацию об интересных объектах по пути следования.

Традиционно особо притягательными для туристов и паломников являются Жировичский монастырь, Полоцк, Гродно, Пинск, Голубые криницы Славгорода и т. д.

Тем не менее практически все уголки Беларуси обладают возможностями для организации паломнического или религиозного туризма. Притягательным для такого вида туризма является и Жлобинский район. Интересно хотя бы то, что уроженцами Жлобинщины являются святой праведный Иоанн Кормянский, архиепископ Полоцкий и Витебский Василий (Лужинский) (1791–1879 г.), нынешний архиепископ Нижегородский и Арзамасский Георгий (Данилов).

В данной работе охарактеризуем некоторые объекты, которые обладают туристическим потенциалом для развития религиозного и паломнического видов туризма.

Стрешин. Населенный пункт Стрешин является одним из древнейших в Беларуси: уже в XII в. здесь на крутом берегу Днепра стоял замок и городище. О происхождении названия поселения существует несколько версий. Вообще **СТРЕЖЕНЬ** – глубокая часть речного русла с быстрым течением.

По одной из версий происхождения названия, когда-то давным-давно все люди по всей земле жили мирно, не было никаких войн, потому что Бог переловил всех чертей и посадил их под землю на большие толстые цепи. И считалось, что именно на том месте, где расположен Стрешин, под холмом, в большой пещере, сидел прикованный цепью один из главных чертей. А стеречь его Бог поставил молодого парня, которого звали Стреж. Вот только черта он не уберег и отправился его ловить. А то место, где он жил, называли Стрежин берег – Стрешин.

Вторая легенда повествует о том, что как-то воевода Василько, узнав, что в верховьях Днепра неспокойно, повел свое туда войско, дабы навести порядок.

Во время боя разбойников побили, но досталось и воинам Василько. Воевода же был ранен. Стрела глубоко пронзила ногу повыше колена. Стрелу сломали, а наконечник достать не смогли.

Все хуже и хуже становилось воеводе. Когда же совсем плохо стало, отнесли воеводу в избу рыбака и охотника Вольши. Острым ножом разрезал Вольша ногу воеводы, вытащил наконечник стрелы, а рану обработал травяным отваром, крепко перевязал. Заботливо Вольша ухаживал за Васильком: обмывал рану, менял повязки, заставлял пить целебные травяные настойки. Выхаживать раненого отцу помогала дочь-красавица Стужка. Имя ей такое дали потому, что родилась она в лютые морозы, от холода деревья трескались. Ожил Василько. Когда пришла пора воеводе домой возвращаться, пообещал он вернуться: «Люба ты мне, Стужка, как никакая другая». Может лето прошло, может два. Не приехал воевода. Решили отец с матерью, что пора Стужке замуж выходить, свою семью заводить. Но дочь и слышать не хотела о замужестве. Только все глядела на Днепр-реку да каждую лодку купеческую встречала. Кого ждала девица – никто не знал. В одну из ночей вернулся воевода. Только не так, как хотел. Привезли его на санях почти без памяти: опять в бою пострадал. И опять Вольша лечил раненого: перевязывал, поил настоем и отварами. Отцу во всем помогала Стужка. Не отходила от Василько. Когда здоровье к воеводе вернулось, отослал он гонца в город. Отписал князю, что нашел место, где можно крепость поставить, чтобы ворогов стрещи (караулить). Добавил, что жену тут себе нашел, и просил дозволения на новом месте остаться. И возвели крепость. На башнях день и ночь воины стояли. Стрещи и хранить все дороги приказано было им. От той крепости, стерегущей родную землю, от стржева берега вышло название поселению. Стрежевым его окрестили. Позже стало Стрешиным называться [6].

Особая веха в истории поселения начинается с того момента, когда императрица Екатерина II за отличие в русско-турецкой войне 1787–1791 годов подарила графу Остерману-Толстому земли Стрешинской вотчины (тогда Рогачевский повет Могилевской губернии).

Российский граф Иван Остерман – тайный советник, вице-канцлер, а позже и канцлер Российской империи, известный дипломат, служил, отстаивая интересы России в Париже и Стокгольме. При Остермане Стрешин был крупным населенным пунктом: более двух с половиной тысяч мужчин, примерно столько женщин. Благодаря графу вместо ветхой деревянной церкви в 1807 г. началось строительство каменного храма во имя Покрова Божией Матери. Храм был построен в форме креста. Неизвестно, кто был архитектором церкви в Стрешине, но, говорят, что в Российской империи таких храмов было три, а сохранился только один – Стрешинская Свято-Покровская церковь.

Славилась церковь своими фресками, тонкой резьбой иконостаса, живописными полотнами ликов евангелистов, мозаичными полом и дорожками, которые вели к ее главному входу. Этому сооружению суждено было пройти через многие испытания и простоять до наших дней [8, с. 286].

После революции 1917 г. кресты на куполах спилили, внутреннее убранство разграбили, храм закрыли. В годы Великой Отечественной войны гитлеровскими авианалетами были разрушены купола и колокольня. Удивительно, но немцы содействовали возрождению храма: заставляли военнопленных красноармейцев восстанавливать разрушенные части церковного здания. Служивший в то время в Стрешине священник отец Алексей Валяев с немцами не сотрудничал, ушел в партизаны.

Не столько война, сколько послевоенное время навредило уникальному зданию храма. Местные власти разместили в нем склад соли. Это стало «миной замедленного действия». Соль въедалась в стены, кристаллизовалась и расплзалась по всей штукатурке, уничтожая ее. После почти полного разрушения церковь в 1989 г. была отреставрирована и передана верующим. К сожалению, из первоначального внутреннего убранства храма до нас ничего не дошло. В частности, не сохранилась икона с изображением положения Христа во гроб. Эту икону храму когда-то подарил граф Остерман-Толстой, ему же она досталась в качестве подарка от самого императора Александра I за отличие на Бородинском поле.

Тайной для приезжающих остается и система обогрева храма. Никаких батарей или печей здесь не было, хотя даже самой холодной зимой в церкви можно было стоять в одной тонкой рубашке [10, с. 3].

Вместе с открытием храма возле него были высажены каштаны, которые сегодня сами стали памятником, им уже более 200 лет.

Стрешин – родина будущего белорусского святого и праведного протоиерея Русской Православной Церкви Ивана Гашкевича, известного больше как Иоанн Кормянский. Отец Иоанна Кормянского был одним из первых священников, служивших в Стрешинском храме.

Говорят, что однажды, когда мать будущего праведника молилась в храме, к ней подошел юродивый, низко поклонился и произнес пророческие слова: «Жаль, что не доживу до того, чтобы поклониться батюшке, который во чреве твоём!» С этого дня родители знали, что у них родится второй сын и посвятит свою жизнь служению Господу. Кстати, их первенец Николай окончил Могилевскую семинарию и стал священнослужителем (служил в городе Ветка). В ночь на 7 октября (по старому стилю; 20 октября по новому стилю) 1837 г. родился мальчик, который был крещен именем Иоанн – «благодать Божия» – в честь апостола любви Иоанна Богослова.

С ранних лет (уже в 4 года) Иоанн вместе с братом помогал отцу в храме. Послушание, труд и молитва стали главными чертами отца Иоанна. Многим батюшка помогал и советом, и молитвами, и делами.

На богослужение к нему приходили люди из разных деревень, чтобы насладиться в храме той благодатью, которую дарил всем добрый пастырь [10, с. 3].

Отец Иоанн мирно скончался осенью 1917 г. в деревне Огородня. В июле 1991 г. его нетленные мощи были обреты и перенесены в деревню Корма. 30 ноября 2017 г. решением Архиерейского Собора Русской Православной Церкви имя праведного Иоанна Кормянского было включено в месяцеслов Русской Православной Церкви. Ежегодно 31 мая, в день канонизации праведного в лике местночтимых святых Белорусской Православной Церкви в Покровском храме д. Корма проходят торжественные богослужения, на которые съезжаются верующие и священнослужители Гомельской епархии.

Став местом паломничества, Покровский приход в Корме в 2000 г. был преобразован в Иоанно-Кормянский женский монастырь [1].

А родина Иоанна Кормянского – Стрешин – в настоящее время поселок с численностью населения около 1100 человек, административный центр Стрешинского сельсовета, обладающий душевной атмосферой, неповторимой красотой и интересной историей.



Рис. 1 – Свято-Покровский храм в Стрешине

Пиревичи. Деревня Пиревичи, о которой дальше пойдет речь, тоже богата интересной историей. Откуда такое название? Местные жители придерживаются такой версии: жил здесь когда-то давно один человек – веселый, «душа нараспашку», который любил праздники. Вот и пировали тут постоянно, поэтому и деревню называли Пиревичи, от слова «пир». Однако историки утверждают, что на старых картах деревня называется не Пиревичи, а Перевичи, потому как жил тут Перей, потомков звали Перевичи [7].

Первое письменное упоминание поселения датируется концом XVI в., где оно именуется как «село Речицкого повета Минского воеводства Великого Княжества Литовского». Люди здесь жили трудолюбивые и состоятельные, о чем свидетельствует клад из монет 1624 г., найденный ровно через 300 лет, в 1924-м. Еще один клад – 89 монет – был найден в 1961 г. [7]. В конце XVIII в. император Павел I подарил Пиревичи обер-прокурору Александру Башилову, сын которого Михаил стал первым иллюстратором романа «Война и мир» Л. Н. Толстого. Да и сам Александр Башилов известен тем, что ему посвящено одно из стихотворений Лермонтова – «Башилову».

По данным на 1886 г., в Пиревичах проживало 570 человек. В начале XX в. численность населения достигла уже 1100 человек. Это обусловило необходимость строительства храма.

Местная помещица Александра Алексеевна Рогович выделила необходимый под строительство церкви участок земли, взяла на себя основные расходы на ее возведение. Храм был освящен в 1902 г. Внутренняя площадь – почти 500 м², толщина стен – более метра. Известно, что кирпич для строительства привозили из самого Санкт-Петербурга. Храм славится еще и тем, что здесь самый большой алтарь в Гомельской епархии, а еще уникальная, неповторимая, идеальная акустика. Молитвенный зал может вместить до полутора тысяч человек. Церковь является памятником архитектуры неорусского стиля [5, с.160].

Народная память сохранила имя первого звонаря Пиревичского храма. Это был панский сторож, которого звали Хок [3]. Как утверждали местные прихожане, у него был дар к звонарству, к тому же Хок специально ездил на учебу в Москву. Говорят, когда звонили колокола в Пиревичах, их можно было услышать даже в соседних селах. Кстати, колокольню, разрушенную еще в годы Великой Отечественной войны, восстановили только к середине 90-х гг. Зато теперь жители Пиревичей в дни праздников могут слышать милый для каждого православного летящий по округе малиновый перезвон.

Нельзя обойти стороной и историю трех могил на территории церкви. В них похоронены настоятель Пиревичского храма в годы Великой Отечественной войны отец Василий Шикунов и две его дочери – Вера и Александр. В результате ложного доноса и нелепой ошибки партизаны, посчитав, что священник – предатель, сожгли его заживо в собственном доме, вместе

с двумя дочерьми. И только много лет спустя выяснилось, что предателем был один из партизан. Грустная история...

Сегодня церковь Всех Святых относится к числу самых красивых и величавых в Беларуси и стала не только местом паломничества для православных верующих, но и притягательным туристическим объектом.



Рис. 2 – Церковь Всех Святых

Казимирово. Монастырь в честь Успения Пресвятой Богородицы, расположенный в деревне Казимирово, был основан в 1713 г. Речицким подкоморием Казимиром Юдицким, вокруг возникло поселение, которое назвали Казимирово. По преданию, подкоморий основал монастырь в честь чудотворной иконы Божией Матери, доставшейся ему от предков.

Поводом к построению монастыря было чувство глубочайшей благодарности Юдицкого к чудотворной иконе Пресвятой Девы Марии, бывшей с ним и хранившей его на войне. В Свято-Успенской церкви находилась икона и хранилась книга с описанием чудес от иконы с 1720 по 1764 г., ныне утерянная [4].

Сначала Свято-Успенский монастырский храм был деревянным, трехкупольным, построен без единого гвоздя. При нем была школа для шляхетских детей. Библиотека монастыря насчитывала около 100 экземпляров книг и рукописей [1].

Казимировский монастырь изначально был мужским. В 1812 г. монастырские постройки были разрушены войсками Наполеона. В 1839 г. монастырь был закрыт, а Свято-Успенский храм стал приходским. Архив монастыря был перевезен в Минскую духовную семинарию. Приходская Свято-Успенская церковь в Казимирово просуществовала до 1933 г., после чего храм был закрыт и разобран на бревна. Икона исчезла. В 1933 году был арестован священник Казимировской церкви отец Симеон (Торбиков). Вместе с ним были арестованы еще 12 жителей деревни. На допросах отец Симеон виновным себя не признал. По решению тройки ОГПУ Семен Иванович Торбиков и еще трое жителей деревни Казимирово были расстреляны, остальные приговорены к разным срокам заключения.

Возрождение православного прихода в Казимирово произошло в 1996 г. Под молитвенное помещение верующим передали пустующее здание сельского клуба. В 2000 г. Священным Синодом Белорусской Православной Церкви было принято решение о создании на основе прихода женского монастыря. Нынешний Свято-Успенский храм построен в форме равноконечного креста. Над притвором храма расположена шатровая колокольня с православным крестом. Главной святыней Свято-Успенского Казимировского монастыря является икона Божьей Матери «Казимировская», найденная в 2000 г. [1; 4].

Местные жители утверждают, что вновь обретенная икона подлинная. Рассказывают, что после закрытия храма икону забрала к себе прихожанка и хранила у себя дома, перед смертью завещала сыну Петру Вейсу вернуть икону в храм. В 2000 г. после постройки храма и образования женского монастыря икону вернули в храм. Список это или сама чудотворная икона мы не знаем, но к иконе относимся как к чудотворной. В любом случае, иные чтимые списки Казимировской иконы до нашего времени не сохранились либо их местонахождение неизвестно.

Чудом сохранившаяся во времени икона Божией Матери «Казимировская» является в настоящее время главной святыней Свято-Успенского Казимировского монастыря. Мать Божья, держа младенца Христа на левой руке, нежно прижимает его к своей щеке. Считается, что у этой иконы молятся о детях и что при искренней молитве у этой иконы роды у женщин проходят без осложнений. 16 октября Священным Синодом Белорусской Православной Церкви было установлено празднование иконе Божией Матери «Казимировская».

В монастыре в настоящее время проживает 9 монахинь.



Рис. 3 – Свято-Успенская церковь

Храм в честь святого преподобного Серафима Саровского. История строительства храма Святого Серафима Саровского, можно сказать, началась

еще в далеком 1964 г. 14 августа 1964 г. в г. Жлобине в многодетной семье фронтовика Тимофея Николаевича Данилова родился мальчик, которому дали имя Василий. Крещен в том же году в храме Живоначальной Троицы г. Жлобина.

В 1986 г. Василий поступил в Московскую духовную семинарию. 22 декабря 1989 г. в Троице-Сергиевой лавре был пострижен в монахи с именем Георгий в честь великомученика Георгия Победоносца. 26 декабря 2002 г. решением Священного синода определен епископом Нижегородским и Арзамасским.

4 октября 2010 г. по инициативе митрополита Георгия и просьбам прихожан была зарегистрирована религиозная община «Приход храма святого преподобного Серафима Саровского в г. Жлобине». Началось строительство церкви. Финансирование объекта взяла на себя Нижегородская епархия, а именно Благотворительный фонд Серафима Саровского.

И уже 15 сентября 2012 г. храм был освящен. В октябре 2015 г. благодаря владыке Георгию у храма появилась приходская библиотека, которая стала одной из крупнейших на Жлобинщине библиотек православной литературы. Начало положили 700 томов православной тематики – подарок митрополита Нижегородского и Арзамасского Георгия. В настоящее время в библиотеке насчитывается уже более 1500 экземпляров духовных изданий.

1 июня 2016 г. – особая страница в истории прихода. В город Жлобин из Нижегородской епархии была доставлена и передана в дар приходу икона Божией Матери «Скоропослушница», написанная в XIX в. на Святой горе Афон.

А 28 мая 2022 г. в Гомельскую епархию по благословению Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла митрополитом Нижегородским и Арзамасским Георгием принесен в дар ковчег с частицами мощей Дивеевских святых и икона угодников Божиих [1].

Визиты владыки Георгия, проводимые им богослужения всегда собирают огромное количество прихожан и паломников, также впрочем, как и проводимые на приходе праздничные мероприятия: например, в день памяти праведного Серафима Саровского, в День Святой Троицы, в День семьи, любви и верности... Все получают заряд неизгладимых эмоций, а также участвуют в большом чаепитии с вкусными угощениями.



Рис. 4 – Храм в честь Святого преподобного Серафима Саровского

Красный Берег. Туристическим компаниям хорошо известен музейный комплекс «Красный Берег», в состав которого входит мемориал «Детям – жертвам войны», где открыт Дом памяти. В нем можно зажечь свечу, поклониться иконам, подать записку о здравии, об упокоении усопших.

Кроме того, напротив стоянки автобусов возле усадебного дома дворян Козел-Поклевских расположена церковь в честь Святого великомученика Георгия Победоносца. Службы в храме проводит отец Петр (Петрушенко). Батюшка с радостью встречает всех желающих посетить храм, только просит предупреждать его заранее. Это можно делать при заказе экскурсии.

Православное слово на Жлобинщине было распространено довольно широко, но владельцы Краснобережской усадьбы Козел-Поклевские были католиками, потому нельзя обойти стороной и католические храмы.



Рис. 5 – Церковь в честь Святого Георгия Победоносца

Католические святыни. Часовня Святого Казимира. Католическая община – вторая по численности после православной в районе. К началу XX в. в Жлобине было достаточно большое количество католиков. Многие из них приехали в город на строительство железной дороги и для организации железнодорожного сообщения. Большинство приехавших специалистов были поляки католического вероисповедания. В 1905 г. в Жлобине уже насчитывалось 4,5 тысячи католиков. Они молились в тесном временном молельном доме, так как в городе не было даже католической часовни.

В это время в соседнем городе Рогачеве шло строительство нового костела. Старый, все еще добротный деревянный храм подлежал сносу. Благодаря стараниям Жлобинского настоятеля ксендза Александра Болтуца старый Рогачевский храм удалось выкупить за 900 рублей, разобрать и перевезти в Жлобин. Место под строительство католического костела было безвозмездно выделено князем Друцким-Соколинским [9].

В 1911 г. храм был освящен как часовня Святого Казимира. Он работал до 1934 г., когда были закрыты все культовые сооружения в Жлобине. Во время

германской оккупации немцы, выполняя соглашение с Ватиканом, открыли все храмы в городе и разрешили проводить в них богослужения. После окончания войны часовню Святого Казимира вновь закрыли и передали помещение под детский сад. В 1980 г. после капитального ремонта здесь открыли историко-краеведческий музей. С 2020 г. в нем располагается руководство клубных учреждений района.

После распада Советского Союза католики неоднократно обращались к властям с просьбами о возвращении святыни. Власти первоначальное помещение отдавать отказались, но передали верующим торговое здание советской постройки, которое было перестроено в часовню Святого Казимира на средства, собранные католиками Жлобина.



Рис. 6. – Часовня Святого Казимира



Рис. 7. – Костел Божией Матери

А 18 июня 2016 г. в Жлобине на возвышении берега реки Днепр был освящен новый величественный костел Божией Матери Царицы Мира. Строительство его по проекту В. Катерли шло почти пять лет. Костел стал главным католическим храмом района.

Краснокирпичная святыня в неоготическом стиле привлекает внимание колокольной, достигающей в высоту 36 метров. Благодаря этому ее хорошо видно практически из любой точки города. По периметру расположены декоративные башенки, придающие храму оригинальность.

Освящение храма прошло в торжественной обстановке с присутствием немалого количества гостей, в том числе из Польши и России. Торжественную службу возглавил епископ Пинский Антоний Демьянко [2].

Настоятелем Жлобинского католического прихода в честь Святого Казимира и костела в честь Божьей Матери в настоящее время является ксендз Олег (Олег Иванович Григорович).

От древности до событий недавних десятилетий хранит Жлобинщина свою историю – хранит бережно, с уважением, и этим привлекает и покоряет жителей и гостей района.

Список использованных источников

1. Гомельская епархия Белорусской Православной Церкви [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eparhiya.by/2020/11>. – Дата доступа: 18.11.2020.
2. В Жлобине освятили новый католический храм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/v-zhlobine-osvyatili-novyy-katoli-cheskiy-khram-.html>. – Дата доступа: 20.06.2020
3. Сасна, І. Вёска Пірэвічы / І. Сасна // Жлобинская районная газета «Новы дзень». – № 70. – 15.07.1999.
4. Казимирово. Успенский женский монастырь [Электронный ресурс] / Народный каталог православной архитектуры. – Режим доступа: <http://sobory.ru/article/?object=08218>. – Дата доступа: 22.04.2014.
5. Кулагін, А. М. Праваслаўныя храмы на Беларусі : энцыкл. даведн. / А. М. Кулагін. – Мінск : БелЭн, 2001. – 328 с. : іл.
6. Откуда могло произойти название «Стрешин» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://aif.by/timefree/culture-news/stoyashchee_na_strazhe_otkuda_moglo_poyti_nazvanie_streshin. – Дата доступа: 10.11.2020.
7. Пиревичи: интересные факты из истории белорусской глубинки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/v-pirevichakh-ne-tolko-pirovat.htm>. – Дата доступа: 19.07.2022.
8. Стрэшын // Гарады і вёскі Беларусі: Энцыклапедыя / С. В. Марцэлеў ; рэдкал.: Г. П. Пашкоў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БелЭн. – Т. 1, кн. 1. Гомельская вобласць. – 2004. – С. 463-465.
9. Часовня Святого Казимира в Жлобине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://planetabelarus.by/sights/chasovnya-sv-kazimira-v-zhlobin>.
10. Шуканов, Н. Стрешинский Свято-Покровский храм / Н. Шуканов // Жлобинская районная газета «Новы дзень». – 14.10.2006. – С. 3.

Усовская Э. А.,

кандидат культурологии, доцент,

доцент кафедры культурологии Белорусского государственного университета

КОММЕМОРАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Туристическая индустрия представляет собой сложную систему бизнеса, ценностей, материальных и духовных, которые нередко выступают в качестве маркеров идентичности и коммеморации, а также разветвленной сети инфраструктуры, инструментария и кадров по управлению, продвижению целей и ключевых результатов по ее функционированию и развитию. Пожалуй, она представляет собой один из наиболее ярких образцов сращивания экономики и культуры, дела, приносящего прибыль, с возможностями социального развития сообществ, локальностей, регионов, продвижения морально-этических ценностей, культурного этоса и национальных паттернов.

Многоаспектность, содержание и функции туристической индустрии налагают на нее ответственность многозадачного плана. Сегодня очевидно, что направления туризма, особенно познавательно-исторического, должны учитывать разного рода глобальные и локальные контексты, заботиться о сохранении и трансляции культурного наследия, поддерживая культурную память. Речь в данном случае идет о коммеморации, актуальность которой сложно переоценить, что вполне объяснимо в связи с ассимиляционными культурными процессами, универсализацией и глобализацией, пандемическими вызовами, войнами и конфликтами, а также с трансформацией собственно культурной памяти и каналов ее передачи.

Для культур, государств, которые приобрели независимость вследствие антиколониального движения постмодерна, культурная память выступает как ценностное пространство, объединяющее вокруг себя разные социальные сообщества. Не менее значимой проблема коммеморации представляется в условиях постколониальной реальности, двойственной по сути, включающей как стремление к освобождению от ментальной колониальной зависимости, так и ее новые формы. Особый интерес в этой связи имеет научная и практическая рефлексия в отношении коммеморативных практик Беларуси, располагающей большими ресурсами, аутентичными по характеру, поддерживающими сохранение национальной общности.

Следует отметить, что научно-исследовательское внимание к тематике коммеморации с конца XX в. и в настоящее время заметно усилилось, продолжилось обсуждение проблемы памяти в ракурсе культурологии, социоло-

гии, истории – М. Хальбвакс, Я. Ассман, П. Нора, П. Хаттон. В то же время обострилась проблема, связанная с тем, *что* из огромного по объему наследия и истории нуждается в сохранности, т. е. что нужно помнить, а значит, сохранять и передавать. Эти моменты касаются и национальной истории и памяти, идентичности и отсылают к новым – транскультурным – мемориальным (мнемоническим) значениям и образам. Конечно, поле культурных коммеморативных исследований значительно обширнее данных моментов. Каждый из авторов национальных или региональных научных школ концентрирует внимание на той проблематике, которая кажется наиболее актуальной. В частности, П. Нора обращается к категории национальной, коллективной памяти и ее символам, объектам, к так называемым территориям, или местам, памяти. Их смысловые измерения – материальное, символическое, функциональное – играют важную роль в понимании содержания собственно коммеморации. Ученый пишет: «Даже место, внешне совершенно материальное, например, архивное хранилище, не является местом памяти, если воображение не наделит его символической аурой. Даже чисто функциональное место, такое как школьный учебник, завешание или ассоциация ветеранов, становится членом этой категории только на основании того, что оно является объектом ритуала. Минута молчания, кажущаяся крайним примером символического значения, есть как бы материальное разделение временного единства, и она же периодически служит концентрированным призывом воспоминания. Три аспекта всегда сосуществуют» [1, с. 39].

Категория памяти стала и частью политического нарратива – появился термин «политика памяти», которая, как указывает Сыров, «представляет собой достаточно сложный объект изучения, предполагающий прежде всего комплексный взгляд на всю систему взаимоотношений между государством, научными и общественными организациями, политическими партиями, институтами права, бизнес-сообществом, активными социальными группами и сообществами вокруг политического присвоения и использования прошлого» [2, с. 143]. Такое понимание коммеморации восходит еще к Пьеру Бурдьё и охватывает широкое поле идеологических, медийных и иных практик, направленных на борьбу за доминирование в обществе и массовом сознании. Поэтому коммеморация в той или иной степени детерминирована существующими нормами, традициями, стереотипами, типом и характером ментальности, что необходимо учитывать в туристической практике.

Массив накопленных данных и научных исследований, касающихся проблематики нарратива памяти в Беларуси, достаточно обширен и относится в большей степени к аутентичной культуре, фольклору, этнографическим контекстам, Великой Отечественной войне. Но он не охватывает в должной мере другие пласты культуры и далеко не всегда обладает системностью. Это

же можно сказать и в отношении изучения связей между нарративом памяти и экономикой культуры, культурными индустриями, способными активно продвигать идеи и места памяти, делая их скрепами национальной культуры.

Следует отметить, что так называемый мемориальный туризм в настоящее время занял свою нишу в научном дискурсе и в среде туристических компаний. Однако в большинстве случаев он рассматривается в непривычном для нас культурном ключе: его относят к тем историческим страницам и событиям, которые связаны с войнами, мистицизмом, преступлениями и человеческими катастрофами, в частности, «*thanatourism, grief tourism, black spot tourism and atrocity heritage*» («танатуризм, горе-туризм, туризм в опасных местах и наследие злодеяний»). В таком понимании «термин включает посещение тех мест, которые создают остроту ощущений или вызывают любопытство, а маршрут путешествия выстраивается компанией таким образом, чтобы удовлетворить желание путешественника ощутить на себе реальность бесчеловечности по отношению к людям» [3, р. 65].

Мемориальный туризм по своим целям и содержанию в большей степени совпадает с историческим, но может включать и те направления, о которых говорилось выше, – «*Dark tourism*». Критерием, выделяющим мемориальный туризм в какое-либо направление, если существует для этого необходимость в Беларуси, все же является память, коммеморация. Поэтому понимание мемориального туризма в данном случае не будет выступать эквивалентом имеющейся в теории и практике мирового туризма коннотации.

Являясь частью культурных индустрий, туризм, в том числе и мемориальный, обладает широкой возможностью, говоря словами Д. Хэзмондалша, распространять тексты, которые влияют на восприятие и понимание мира людьми [4, с. 17], не всегда совпадающее с устоявшейся картиной мира. Это значит, что с помощью информации, которую получают туристы, можно оказать влияние на их рефлексию, эмоциональное отношение к «своим» местам, истории, к стране. Это касается и «не своих» мест. Информационные каналы туристической индустрии в этом контексте способны формировать образы, смыслы мест, объектов, вызывающие у путешественников интерес. Это, в свою очередь, выстраивает сеть связей между прошлым, настоящим, будущим и способствует росту и развитию идентичности, значимой для страны, региона. Этот контекст коммеморации актуализирует чувство сопричастности к чему-то общему, известной личности, скажем, родившейся в этом месте, событиям, превращая их в бренд, на основе которого возможно производство культурного продукта.

Таким образом, сохранение и трансляция памяти вокруг локаций, персоналий, событий, традиций способствует развитию территории, привлечению инвестиций, созданию рабочих мест, т. е. социально-экономическому росту.

Это с одной стороны. С другой – сохранению ценностного культурного поля и идентичности. Этому служат разного рода активности и институты в виде музеев, галерей и т. д.

Однако для развития экономической целесообразности туризма памяти, как и в целом культурной индустрии, этого недостаточно. Как показывает опыт развития мирового туризма, к решению комплексных по сути проблем необходим системный подход, который был не так давно применен государственными и частными институтами Норвегии. Правительство поставило общую масштабную цель – превратить в успешный культурный продукт два важных глобальных объекта: природу и культурное наследие. При этом двигателем инициатив в формировании конкретных туристических продуктов выступали частные компании. Задачей государства являлась поддержка инновационных предложений, стимулирующих производство высокорентабельной продукции. Важные цели стояли и перед маркетологами, другими специалистами – монетизировать разные тенденции и направления туризма. Одним из трендов туризма до пандемии стало посещение важных для Норвегии мест ее гражданами и туристами из разных стран, вызванное желанием получить впечатление от увиденного и услышанного, а также стремлением отдохнуть – от отеля до кемпинга. Эта же задача была дополнена стратегией укрепления идентичности уже в 2021 г., которая, как нам представляется, выстраивалась вокруг места, имеющего значение для местных жителей.

Как видим, экономическое значение туризма как отрасли, приносящий существенный доход государству (а в Норвегии это около 8 % ВВП), дополняется и комплексным решением проблем сохранения и развития идентичности, основанной на любви к природе и наследию, истории, памяти самих норвежцев. При этом берется во внимание также воздействие туристических потоков на территории и сообщества. Как пишут О. Хёг-Гульдберг, С. Зеелер, «учитывая то, что местные жители являются представителями страны туристического назначения, расширение их прав и возможностей имеет решающее значение для устойчивого развития туризма в будущем. Это также было признано в 17 Целях в области устойчивого развития (ЦУР) Организации Объединенных Наций, которые призывают к целостному подходу к обеспечению устойчивости с привлечением всех заинтересованных сторон на всех уровнях вместо обычной экономической устойчивости односторонней направленности [5, с. 32].

В Беларуси использование коммеморативных контекстов в туризме занимает определенную нишу. В большей степени они проявляются в историческом или культурном туризме, как уже обозначалось. Однако чаще всего коммеморация проявляется односторонне и совсем не выходит на первый план: туристы приезжают, посещают достопримечательности, покупают сувениры,

фотографируются, обедают, уезжают. В памяти остаются ощущения и впечатления, рассказы экскурсовода, будоражащие воображение. Вряд ли ритм экскурсии вызовет у путешественников сопричастность и привязанность к событиям и местам, где они побывали. Для этого необходимы пространство, время, участие «внутренних» и «внешних» туристов и их желание, заинтересованность. Хорошим способом, формой мемориального туризма являются активности, сочетающие в себе все это, включающие и аспекты событийного туризма. Речь идет, в частности, о летниках.

Несомненно, удачным примером является такой летник в д. Погост Житковичского района Гомельской области, который прошел в августе 2022 г. Его центральным смыслом стал Юрьевский хоровод, включенный, как известно, в Список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО в 2019 г. Сам обряд проводится ежегодно 6 мая, в день Георгия Победоносца (Юр'я), и восходит к аутентичным языческим культурным пластам – богу плодородия и весны Яриле. «Юраўскі карагод» обладает множеством коммеморативных, практических и символических коннотаций и служит тем местом и событием памяти, которое позволило создать на протяжении нескольких столетий собственную идентичность – локальную, но являющуюся частью общенациональной, способствующей на уровне фактически архаичных, глубинных паттернов поддерживать общность белорусов. Очевидно, что не только сам обряд, его ритуальная сторона служат способом сохранения памяти, но и носители традиции, а также те, кому необходимо его передать и кто готов его сохранить и транслировать дальше. Пока и носители, и преемственность существуют.

Летник стал масштабным явлением, включающим более 40 человек, большое количество активностей – от выпекания каравая, разучивания народных танцев и песен, мастер-классов, походов до научных полевых исследований и лекций. Более того, он стал успешным с точки зрения монетизации туристическим продуктом. Можно сказать, что коммеморативные практики охватили как пространство сохранения ценностей белорусской культуры и знаний о них, так и экономическую сообразность.

Коммеморация, таким образом, представляет собой обширное по объему и глубине явление, многоаспектное и всегда встречающееся со сложностями идеологического, политического, социально-экономического плана. Она охватывает и значимые для сообществ, личности события, места, имеет дело с архетипическими национальными паттернами, ценностями, элементами культурного наследия. К тому же память и идентичность способны перестраиваться, акцентировать внимание на появившихся и ставших более значимыми (или кажущимися таковыми) событиях и связанных с ними ценностях, в связи с чем оценка прошлого вовлекается в другие контексты [6, р. XXV].

Это может привести к эрозии уже устоявшихся коннотаций, культурных объектов и их смыслов или их интерпретации и подстраиванию к текущей ситуации. Поэтому туристическая индустрия должна быть нацелена в своей миссии и практике на понимание актуальности тех или иных памятных локаций и их значений. В том числе и с точки зрения монетизации своей деятельности. В то же время коммеморативная функция туризма не может состоять исключительно в получении прибыли. Точнее, возможность успешной работы зависит как раз от понимания сути коммеморативных практик и умения их воплотить в реальную работу компании. А это обусловлено и пониманием их ценностно-духовного значения.

Список использованных источников

1. Нора, П. Проблематика мест памяти / П. Нора, М. Озуф // Франция-память. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 1999. – С. 17–50.
2. Сыров, В. Н. Концептуальные основания политики памяти и перспективы постнациональной идентичности / В. Н. Сыров, О. В. Головашина. – Томск : Издательский дом Томского государственного университета, 2019. – 224 с.
3. Drvenkar, N. Development of memorial tourism as a new concept. Possibilities and restrictions / N. Drvenkar, M. Banožić // Tourism and Hospitality Management. – 2015. – Vol. 21, №. 1. – P. 63–77.
4. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 456.
5. Хёг-Гульдберг, О. Национальная идентичность как движущая сила развития туризма: исследование Норвегии / О. Хёг-Гульдберг, С. Зеллер // Арктика и Север. – 2021. – № 42. – С. 32–59.
6. Nora, P. Entre mémoire et histoire, la problématique des lieux / P. Nora (dir.) // Les lieux de Mémoire. La République. – Paris : Gallimard, 1984. – P. XVI–XLII.

АНАЛИЗ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ СМОРГОНСКОГО РАЙОНА КАК ФАКТОРА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

Сморгонский район обладает значительным туристическим потенциалом. По богатству и разнообразию историко-культурных достопримечательностей район является одной из уникальных территорий Беларуси.

Первое письменное упоминание о Сморгони относится к 1503 г. Однако история земли Сморгонской гораздо богаче.

Уникальные местные культурные и исторические черты Сморгонского района раскроют «Медвежья академия», местный специфический фольклор, музыка, кухня, локальные праздники, фестивали, обряды, мастер-классы ремесленников.

В XVII в., когда Сморгонью владели Радзивиллы, город славился своей школой дрессировки медведей, так называемой «Сморгонской академией», просуществовавшей до начала XIX в. Отсюда и медведь на гербе современной Сморгони [3, с. 22].

Сегодня гордостью города как альтернатива «Сморгонской академии» является единственный в органах пограничной службы Беларуси кинологический центр. Крупнейшая в Беларуси, не знающая аналогов в странах СНГ Сморгонская «Собачья академия» [3, с. 24].

С целью возрождения исторического бренда Сморгонщины один раз в два года в городе проходит фестиваль-ярмарка «Сморгонскія абаранкі». Сморгонь традиционно считается родиной баранок [3, с. 24]. Предполагается, что изначально баранки из обварного теста предназначались для воспитанников «Медвежьей академии» и их учителей. В 30-х гг. XX в. в Сморгони насчитывалось около 60 пекарей, которые занимались выпечкой баранок. Сморгонские баранки были традиционным угощением на ярмарке ко Дню Святого Казимира в Вильно.

Сморгонщина славится своими культурными традициями. Земля, связанная с именами композитора Михаила Клеофаса Огинского, писателя Франтишка Богушевича, этнографа-лингвиста Яна Карловича, композитора-дирижера Мечислава Карловича, хорового дирижера Виктора Ровдо, графа К. Тышкевича, известных писателей Аврона Суцкевера, Кульбака Моисея, Ахарона Кабака, императора Б. Наполеона, и сегодня богата на талантливых художников, музыкантов, мастеров народных промыслов. Сморгонские писатели и поэты продолжают литературные традиции наших славных земляков: Владимир Некляев, Марьян Дукса, Артур Тяжкий, Аркадий Подгол [2].

На территории Сморгонского района происходили события, оставившие значимый след и в истории соседних государств, в частности, Литвы и Польши. Интерес для литовских туристов представляет история балтских племен на Сморгонщине от железного века до Великого Княжества Литовского (ВКЛ), история ВКЛ.

Кревская уния объединяет историю Литвы и Польши. Для польских туристов интересна тема истории Речи Посполитой, восстаний 1830–1831 гг. и 1863–1864 гг., период вхождения Западной Беларуси в состав Польши 1921–1939 гг.

В войну 1812 г. при отступлении французских войск в Сморгони останавливался император Наполеон, здесь он передал командование армией маршалу И. Мюрату и выехал через Вильно в Париж. Тракт Сморгонь – Ошмяны получил название «Наполеоновский путь».

Автобусные туры по культурно-познавательному и историческому направлению туризма подойдут для широких групп населения. Перспективной также является разработка анимационных экскурсий.

В последнее время преобразился наш город: Сморгонь древняя соседствует с новой, молодой, дополняя друг друга.

Сегодня гости Сморгонщины могут оценить наше достояние, представленное ярчайшими памятниками архитектуры, среди которых Кревский замок, усадьбы Огинского и Богусевича, старинные костелы и церкви.

На Сморгонщине находятся руины Кревского замка (фото 1). Кревский замок – первый каменный замок типа кастель на территории ВКЛ, построенный в XIV в. Здесь разрабатывались условия Кревской унии 1385 г., решалась судьба ВКЛ [5].



Фото 1. Руины Кревского замка

Для того чтобы показать, как выглядела кастель в период своего расцвета, ремесленник из деревни Чухны (около двух километров от агрогородка Крево) решил построить на своем участке копию архитектурного памятника (фото 2).



Фото 2. Копия Кревского замка

Высота мини-крепости составила почти пять метров. Основа замка сделана из бетона, а главные башни отделаны миниатюрными кирпичиками, размер которых не превышает нескольких сантиметров. На каждую стену понадобилось больше двухсот тысяч таких кирпичиков. Они были произведены из глины с помощью специальной формы. В одной из башен вмурованы осколки настоящих кирпичей из руин в Крево. Крыша оформлена самодельной глиняной черепицей.

На сегодняшний день копия Кревского замка воспроизведена в масштабе 1:10. В планах мастера воспроизвести ансамбль целиком: с башнями, рвом с водой и крепостными стенами. Будущая постройка займет площадь около восьмидесяти квадратных метров и даст полное представление об аутентичной архитектуре периода ВКЛ. Сейчас ремесленник работает над оконными витражами, которые будут подсвечиваться изнутри [4].

В окрестностях Сморгони находится и усадьба-музей Михала Клеофаса Огинского (начало XIX в.) в агрогородке Залесье (рис. 3). С ней связан двадцатилетний период жизни и творчества выдающегося общественного деятеля и прославленного композитора М. К. Огинского. Именно здесь он написал свой знаменитый полонез ля минор («Прощание с Родиной») [1].



Фото 3. Усадьба-музей М. К. Огинского

В агрогородке Кушляны стоит еще одна удивительная усадьба с одноименным названием, где когда-то родился и жил основоположник современной белорусской литературы Франтишек Богушевич, автор бессмертных «Дудкі беларускай» и «Смыка беларускага».

По-настоящему ощутить дух старины, прикоснувшись к вековым традициям белорусского народа, можно на единственно действующей в Беларуси водяной мельнице VIII в. в агрогородке Жодишки (фото 4). В здании мельницы расположены этнографический музей и музей зерна и хлеба.

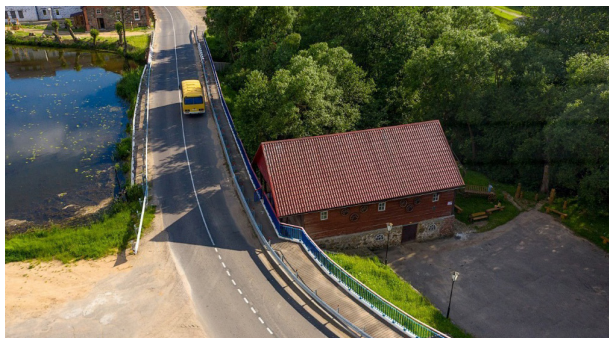


Фото 4. Водяная мельница VIII в.

Кроме этого, можно ознакомиться с сельскохозяйственными приспособлениями, ремеслами: гончарным, кузнечным, деревообрабатывающим, ткацким, а также с бытом крестьян. Большинство представленных экспонатов находятся в исправном состоянии и могут использоваться в настоящее время.

Каждому посетителю предоставляется уникальная возможность своими руками смолотить зерно на муку, изготовить горшок из глины, соткать на ручном ткацком станке (кросны) полотно [7].

На примере Сморгонщины раскрываются также и характерные культурные черты Беларуси – сочетание религиозных традиций (католичество, православие, народное христианство с элементами язычества, ислам, иудаизм, протестантизм) и тесная связь этносов и языков (белорусы, литовцы, поляки, евреи, татары, русские, украинцы).

Архитектурный памятник XVI в. – бывший Кальвинистский сбор, а ныне костел Святого Михаила Архангела – это один из интереснейших памятников раннего Ренессанса Беларуси, сердце Сморгони.

Один из самых красивых и необычных храмов Беларуси, костел Пресвятой Девы Марии Розария, находится в Солах.

В среде евреев, поляков, татар может развиваться ностальгический туризм.

Посетивши один из древнейших на территории Беларуси мизар в Довбучках (татарское кладбище), можно ознакомиться с сохранившимися до наших дней памятниками истории и культуры татарского населения края. На мизаре находится фундамент бывлой мечети, первое упоминание о которой относится к XVI в.

В рамках туристического маршрута «Забывшие следы истории» можно пройти по наиболее значимым местам, услышать рассказы о жизни и традициях сморгонских евреев, об их роли в развитии города, узнать, где находилось Сморгонское гетто, еврейская школа Тарбут, бывшая кожевенная фабрика, миква и многое другое. В завершении маршрута – поездка к хутору Зеленки Ошмянского района, месту, где 22 октября 1941 г. было расстреляно около 700 евреев (фото 5).



Фото 5. Массовая казнь более 700 евреев

Межрегиональные маршруты будут способствовать сотрудничеству между районами и повысят туристическую привлекательность своего края. Сегодня популярность также имеет маршрут Крево – Боруны – Гольшаны, который объединяет Сморгонский и Ошмянский районы.

Наш район устремлен в будущее. Обладает значительным потенциалом, динамично и эффективно развивается и промышленный туризм. Люди, которые работают на производствах, бережно хранят богатейшее историко-культурное наследие родного предприятия.

В списке «100 вещей, которые нужно сделать в Беларуси», составленном Национальным агентством по туризму, на 26-й позиции значится – попробовать настоящий сморгонский пломбир. Это можно сделать, заказав обзорную экскурсию по городу под названием «По страницам истории Сморгони», в рамках посещения одного из предприятий города – «Сморгонские молочные продукты» филиала ОАО «Лидский молочно-консервный комбинат».

Одним из значимых направлений для развития туристической отрасли в Сморгонском районе является тема «Первая мировая война».

В годы Первой мировой войны Сморгонь по праву стала символом воинской доблести, чести и славы. За проходившие здесь яростные бои город часто сравнивают со Сталинградом. Среди солдат тех лет даже ходила поговорка: «Кто под Сморгонью не бывал, тот войны не видал». Так, 16-тысячный город оказался в самом центре жестоких боев. Тяжелым испытанием было для солдат химическое оружие, которое немцы активно применяли на Сморгонском участке фронта начиная с октября 1915 г. Сморгонь была единственным городом на фронте от Балтийского до Черного моря, который долго и упорно (810 дней) защищала Российская армия [8]. Газеты того времени окрестили его «мертвым городом». Здесь, на Восточном фронте Первой мировой, сражались будущие писатели Михаил Зощенко и Валентин Катаев [9]. А в агрогородке Залесье под Сморгонью выхаживала раненых младшая дочь Льва Толстого – Александра Толстая.

История «мертвого города» увековечена в Мемориальном комплексе памяти героев и жертв Первой мировой войны, открытом здесь в 2014 г. (фото 6).



Фото 6. Мемориальный комплекс памяти героев и жертв Первой мировой войны

Данная тема практически неизвестна для России, поэтому позволяет привлечь туристов из данной страны, для истории которой события Первой мировой войны оказали решающее влияние.

На территории Российской Федерации фактически отсутствуют памятники Первой мировой войны. Таким образом, Сморгонский район является для туристов из России основной площадкой, способной раскрыть данную тематику, интерес к которой в последние годы заметно возрос.

Тема «Первая мировая война» довольно популярна в Германии. Памятные места, связанные с событиями на Восточном фронте, являются неизвестными, поэтому привлекут туристов из Евросоюза.

Можно предположить, что автомобильные, автобусные, велосипедные и пешие походы по местам Первой мировой заинтересуют членов военно-исторических клубов, а также индивидуальных туристов, школьников и студентов, интересующихся военной историей.

Помимо планирования и реализации масштабных проектов (например, работы по консервации и реконструкции Кревского замка, развитие дворцово-паркового комплекса в Залесье), перспективным является вовлечение в туристические маршруты уникальных и необычных объектов.

На окраине Сморгони находится уникальный памятник «подземной войны» – огромные воронки на «Золотой горке», оставшиеся со времен Сморгонской битвы в годы Первой мировой (фото 7). Данный памятник находится недалеко от мемориального комплекса, посвященного Первой мировой войне, в парке Победы. Связь этих двух объектов дополнит друг друга в раскрытии общей темы Сморгонской битвы. Помимо мемориала, туристы также увидят реальное место сражения и его последствия, что вызывает сильные личные впечатления и чем хочется поделиться с другими людьми и возбудить их интерес приехать в Сморгонь.



Фото 7. «Золотая горка»

Улучшение подъездной дороги к «Золотой горке», установка указателей и инфостендов, благоустройство прилегающей территории – все это повысит привлекательность памятного места и Сморгони для местных жителей и приезжих туристов, повлияет на развитие чувства патриотизма.

Тема Первой мировой войны может получить развитие в стенах православного Свято-Введенского ставропигиального женского монастыря в деревне Богуши. В годы Первой мировой в этих местах воевал знаменитый женский батальон Марии Бочкаревой, 90 девушек этого батальона погибли во время газовой атаки кайзеровских солдат. Дорожный указатель и хорошая подъездная дорога к монастырю, а также музей-часовня, посвященная женскому батальону, – это говорит о привлекательности данного места для посещения туристами, дает сочетание объектов религиозного и историко-познавательного туризма для удовлетворения интересов большего количества людей.

Недалеко от этого места в деревне Новоспасск сохраняются до наших дней стены христианской святыни. Это один из трех храмов на территории Беларуси, который вот уже 100 лет стоит в разрушенном виде, со времен Первой мировой войны.

В деревне Михневичи, в ограде местной церкви, находится могила полковника Грузинского полка А. Отхмезури, который также погиб во время проведения немецкой газовой атаки под Сморгонью. С помощью грузинской диаспоры в 2008 г. на могиле установлен памятник [6]. В самой церкви несколько лет назад установлена памятная таблица, где перечислено 111 фамилий солдат русской армии, похороненных у стен христианской святыни. Интерес представляет тот факт, что в межвоенный период тут несколько лет жил известный летчик, командир воздушного судна «Илья Муромец» Авенир Констанчик. В это время его брат Аполлинарий, участник Первой мировой войны, служил в Михневичской церкви.

Актуальной является идея создания отдельного музея истории Первой мировой войны. В ее рамках находится также идея музеефикации оборонительных участков с хорошо сохранившимися ДОТаами.

В бывшем имении Малые Солы, которое расположено недалеко от Сольского рыбхоза, находится усадебный дом, полностью сделанный из глины по методу Николая Неверовича. Интерес представляет тот факт, что в этом имении после Первой мировой войны жил автор именной технологии. В прошлом веке дома, которые были сделаны из глины и поленьев, широко распространялись в США и Канаде, интерес к таким постройкам возрождается в настоящее время.

Памятники историко-культурного наследия Республики Беларусь на территории Сморгонского района, вокруг которых предполагается формировать маршруты, экскурсии и проводить культурно-массовые мероприятия разного

вида и масштаба, размещены на официальном сайте районного исполнительного комитета http://smorgon.gov.by/ru/istor_kult_nasl-ru/.

Использование в туристических целях месторасположения заброшенных пусковых шахт ядерных ракет у д. Сазоны в окрестностях Сморгони также позволит привлечь в район заинтересованных туристов. Подобные объекты еще нигде не используются в туристических целях, однако способны привлекать определенное количество туристов. Это уникальный памятник эпохи холодной войны, который будет интересен как западным туристам, так и отечественным.

Туризм развивается благодаря впечатлениям, которые люди получают в ходе отдыха и участия в предлагаемых мероприятиях и событиях. Однако кроме отдыха и впечатлений туристы и гости получают знакомство с новой, но порой очень близкой культурой, историей и традициями.

Список использованных источников

1. Едем в «Северные Афины»: почему стоит побывать в усадьбе Огинского в Залесье? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://traveling.by/news/item/2254>. – Дата доступа: 28.07.2022.
2. Знаменитые уроженцы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smorgonsit.lepshy.by/o-rayone/znamenityie-urozhentsyi>. – Дата доступа: 26.07.2022.
3. Контрольный текст экскурсии «По страницам истории Сморгони»: утв. ГУ «Национальное агентство по туризму» 2016 г. / автор-составитель: Т. В. Биндель, Н. В. Смирнова; дополнено: Д. В. Морозов, С. И. Бусько.
4. Копия Кревского замка в Чухнах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.holiday.by/by/skarb/1283-kopija-krevskogo-zamka-v-chuhnah>. – Дата доступа: 27.07.2022.
5. Кревский замок [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://ru.wikipedia.org/wiki/Кревский_замок. – Дата доступа: 27.07.2022.
6. Мемориальные объекты и памятные места войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archives.gov.by/home/tematicheskie-razrabotki-arhivnyh-dokumentov-i-bazy-dannyh/istoricheskie-sobytiya/arhivnye-dokumenty-i-materialy/pervaya-mirovaya-vojna-na-territorii-belarusi-2/pamyat-o-vojne/memorialnye-obekty-i-pamyatnye-mestavojny>. – Дата доступа: 01.08.2022.
7. Музей водяной мельницы XVIII века в агрогородке Жодишки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fra-mil.by/muzej-vodyanoj-melnicy-xviii-veka-v-agrogorodke-zhodishki/>. – Дата доступа: 29.07.2022.

8. Оборона Сморгони – Национальная библиотека Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nlb.by/content/informatsionnye-resursy/elektronnye-informatsionnye-resursy/resursy-natsionalnoy-biblioteki-belarusi/virtualnye-proekty-vystavki-i-kolleksii/virtualnye-proekty-biblioteki-belarus-v-pervoy-mirovoy-osnovnye-srazheniya-boi-voennye-operatsii/oborona-smorgoni/>. – Дата доступа: 29.07.2022.
9. Терновый венец Сморгони. Белорусский городок держал героическую оборону против немцев с сентября 1915 года по февраль 1918-го. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2017/09/06/rodina-smorgon.html>. – Дата доступа: 01.08.2022.

Філіпчык Д. У.,
кандыдат гістарычных навук, дацэнт кафедры этналогіі,
музеялогіі і гісторыі мастацтваў гістарычнага факультэта
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта, экскурсавод

НЕМАТЭРЫЯЛЬНАЯ КУЛЬТУРНАЯ СПАДЧЫНА БЕЛАРУСІ: АДКАЗНАЕ ЎКЛЮЧЭННЕ Ў ТУРЫСТЫЧНЫ ПРАДУКТ

Паводле Канвенцыі ЮНЕСКА 2003 г. «Аб ахове нематэрыяльнай культурнай спадчыны» (далей – Канвенцыя 2003 г.), да нематэрыяльнай культурнай спадчыны (далей – НКС) адносяцца «звычаі, формы прадстаўлення і ўяўлення, веды і навыкі, а таксама звязаныя з імі інструменты, прадметы, артэфакты і культурныя прасторы, якія прызнаюцца супольнасцямі, групамі і ў некаторых выпадках асобнымі людзьмі ў якасці часткі іх культурнай спадчыны. Такая нематэрыяльная культурная спадчына, якая перадаецца ад пакалення да пакалення, пастаянна ўзнаўляецца супольнасцямі і групамі ў межах іх навакольнага асяроддзя, ва ўзаемадзеянні з прыродай і іх гісторыяй, а таксама фарміруе ў іх пачуццё самабытнасці і пераемнасці, садзейнічаючы тым самым павазе да культурнай разнастайнасці і творчасці чалавека» [1, с. 5].

Гэтая спадчына можа актыўна выкарыстоўвацца ў турыстычнай дзейнасці, можа быць асновай для распрацоўкі асобных турыстычных прапаноў. Уключэнне НКС у турызм для адказным падыходзе спрыяе павышэнню даведчанасці аб гэтай спадчыне, яе актуалізацыі, запатрабаванасці з боку турыстаў і мясцовай супольнасці. Эканамічныя выгады ад такой дзейнасці могуць спрыяць эканамічнаму развіццю рэгіёнаў і супольнасцей. Усё разам гэта спрыяе павышэнню жыццяздольнасці элементаў НКС.

У той жа час уключэнне НКС у турыстычны прадукт павінна адбывацца з улікам яго спецыфікі і магчымых негатыўных наступстваў ад турызму.

Распрацоўваючы турыстычны прадукт на аснове НКС, неабходна ў першую чаргу ўлічваць уплыў турызму на жыццяздольнасць элемента. Аператыўнае кіраўніцтва па выкананні Канвенцыі 2003 г. звяртае на гэта асаблівую ўвагу:

«Дзяржавы-ўдзельнікі (Канвенцыі 2003 г.) імкнуцца забяспечыць, каб любая дзейнасць, звязаная з турызмам, якая арганізуецца дзяржавай, грамадскімі структурамі або прыватнымі асобамі, дэманстравала поўную павагу да аховы нематэрыяльнай культурнай спадчыны, якая знаходзіцца на іх тэрыторыі, а таксама да звязаных з ёй правоў, памкненняў супольнасцей, груп і асобных асоб» [1, с. 90].

Для рэалізацыі гэтай мэты дзяржавы-ўдзельніцы заахвочваюцца да таго, каб:

а) ацэньваць (у шырокім або больш спецыфічным кантэксте) патэнцыял нематэрыяльнай культурнай спадчыны для ўстойлівага турызму, а таксама ўздзеянне турызму на нематэрыяльную культурную спадчыну і ўстойлівае развіццё адпаведных супольнасцей, груп і асобных асоб, звяртаючы пры гэтым асаблівую ўвагу на папярэджанне патэнцыяльнага ўздзеяння да стадыі ініцыявання дзейнасці;

б) прымаць належныя юрыдычныя, тэхнічныя, адміністрацыйныя і фінансавыя меры па:

а) забеспячэнні таго, каб адпаведныя супольнасці, групы і асобы выступалі галоўнымі бенефіцыярамі турызму, звязанага з іх нематэрыяльнай культурнай спадчынай, пры гэтым садзейнічаючы таму, каб яны адыгрывалі вядучую ролю ў кіраванні такім турызмам;

б) забеспячэнні таго, каб падобны турызм ні ў якой меры не зніжаў і не ставіў пад пагрозу жыццяздольнасць, сацыяльныя функцыі і культурнае значэнне такой спадчыны;

в) кантролі ўмяшанняў з боку асоб, уцягнутых у індустрыю турызму і паводзін тых, хто ўдзельнічае ў якасці турыстаў [1, с. 91].

Неабходна адзначыць, што рызыкі ад турыстычнай дзейнасці могуць выяўляцца не толькі ў выглядзе антрапалагічнай нагрузкі, камерцыялізацыі, непадрыхтаваным удзеле, некарэктных паводзінах турыстаў. Існуе рызыка змены элементаў НКС каб дагадзіць турызму. Гэта можа выяўляцца ў штучнай тэатрызацыі элементаў, уключэнні не ўласцівых атрыбутаў ці, наадварот, у спрашчэнні спадчыны. Усім зацікаўленым бакам у развіцці турызму неабходна пазбягаць падобнага ўмяшання ў нематэрыяльную спадчыну, імкнучыся да забеспячэння яе жыццяздольнасці.

Уключэнне НКС у турыстычны прадукт вымагае ад стваральнікаў такога прадукту быць гатовымі да вялікай колькасці ўзаемадзеянняў з носьбітамі НКС, мясцовымі супольнасцямі, устаноўмі культуры, аграбизнесамі і інш. Такое ўзаемадзеянне неабходна ажыццяўляць з улікам камерцыйных інтарэсаў не толькі стваральнікаў і спажыўцоў турыстычнага прадукту, але і носьбітаў НКС. Толькі ў такім выпадку турызм будзе спрыяць устойліваму развіццю рэгіёнаў і супольнасцей.

Адпаведна ўзнікае неабходнасць спецыяльнай падрыхтоўкі супрацоўнікаў, якія будуць адказныя за турыстычны прадукт на аснове НКС. Афісныя супрацоўнікі, якія працуюць над прадуктам і арганізуюць працэс яго рэалізацыі, павінны быць належным чынам паінфармаваны аб спецыфіцы НКС, асаблівасцях яе ўключэння ў турызм. Гэтая дасведчанасць будзе спрыяць працаўдзяцельнасці якасных турыстычных праграм, заснаваных на прынцыпах устойлівага турызму, а таксама эфектыўнаму маркетынгу такіх турыстычных прапановаў.

Экскурсаводы і гіды-перакладчыка павінны добра валодаць матэрыялам, уводзіць турыстаў у шырокі культурны кантэкст, у якім практыкуецца той ці

іншы элемент НКС. Нельга, каб турызм сфарміраваў уяўленне аб носьбітах НКС як аб мала развітых супольнасцях. Таму інтэрпрэтацыя экскурсавода і гід-перакладчыка павінна цэласна перадаваць культурныя асаблівасці рэгіёна, канкрэтнай супольнасці, значэнне элемента НКС для носьбітаў.

Галіны НКС маюць сваю спецыфіку, і ўключэнне іх у турыстычны прадукт магчыма не заўсёды альбо павінна ажыццяўляцца з пэўнымі абмежаваннямі. Гэта ў першую чаргу тычыцца абрадавых мерапрыемстваў, якія праходзяць у пэўны перыяд народнага календара, часта з рэгламентаваным складам удзельнікаў. Так, вельмі ўскладнена ўключэнне ў турпрадукт элемента НКС «Масленічная абрадавая гульня “Пахаванне дзеда”» (Гарадоцкі раён Віцебскай вобласці) [2]. Цяжкасці абумоўлены рэдкім правядзеннем гэтай гульні (адзін раз у год, у першы дзень масленічнага тыдня). Да таго ж гульня традыцыйна праводзіцца ў звычайным, невялікім па памеры сельскім доме, дзе няма магчымасці размяшчаць вялікія турыстычныя групы. Перанос гульні ў іншае памяшканне або яе правядзенне ў іншыя дні стане прычынай дэкантэкстуалізацыі элемента. У выніку можа назірацца сітуацыя, калі сама форма (гульня, абрадавыя спевы) элемента НКС застанецца, але значэнне яго для супольнасці будзе страчана.

Абмежаванні па ўключэнні НКС у турызм могуць быць звязаны не толькі з календарным цыклам, але і, напрыклад, з кліматычнымі ўмовамі. Адзіны элемент НКС з Дзяржаўнага спіса гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь у Клімавіцкім раёне Магілёўскай вобласці – гэта «Абрад заклікання дажджу ў вёсцы Стары Дзедзін», і яго правядзенне магчыма толькі ва ўмовах засухі [3]. Любыя тэатралізацыі ці ўзнаўленні элементаў абрада без яго неабходнасці для лакальнай супольнасці прывядуць да дэкантэкстуалізацыі элемента.

Цяжкасці з ўключэннем НКС у турпрадукт могуць узнікаць не толькі з традыцыйнымі цырымоніямі, але і з іншымі галінамі нематэрыяльнай спадчыны. У Пружанскім раёне існуюць цяжкасці з папулярызацыяй і ўключэннем у экскурсійныя маршруты элемента НКС «Творчасць Мікалая Тарасюка, увазобленая ў творах народнага дэкаратыўна-прыкладнога мастацтва (інсітная драўляная скульптура)» (в. Стойлы, Пружанскі раён, Брэсцкая вобласць) [4]. У раёне сутыкнуліся з нежаданнем спадкаемцаў Тарасюка працягваць справу майстра, а таксама праводзіць актыўную працу па рэкламе і прасоўванні існуючага ў в. Стойлы музея (у доме Тарасюка).

Для ўключэння элемента нематэрыяльнай спадчыны ў турпрадукт неабходна ўлічваць этычныя прынцыпы сферы НКС, якія былі сфармуляваны ў выглядзе ключавых 12 пунктаў у 2016 г. [1, с. 139–144]. Некаторыя элементы немагчыма ўключыць у турыстычныя маршруты па этычных меркаваннях. Напрыклад, элемент НКС «Традыцыя помінання продкаў аграгарадка Раздзялавічы» (Ганцавіцкі раён, Брэсцкая вобласць) носіць сакральны характар, прадугледжвае ўдзел толькі членаў супольнасці [5]. У выніку адзіны на

тэрыторыі раёна элемент з Дзяржаўнага спіса гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь (2020 г.) у турыстычную дзейнасць непасрэдна не можа быць уключаны. Яго актуалізацыя можа адбывацца ў выглядзе ўключэння інфармацыйнага блока ў кантрольныя тэксты экскурсій, публікацыі і г. д., але не праз непасрэднае ўключэнне ў турыстычны прадукт.

Уключэнне НКС у турыстычную дзейнасць патрабуе адказнага падыходу. Ён павінен выяўляцца ў адпаведнай падрыхтоўцы супрацоўнікаў турфірм, экскурсаводаў і гід-перакладчыкаў, турыстаў. Любая турыстычная дзейнасць з НКС павінна адбывацца з папярэдняй згоды носьбітаў і адпаведных супольнасцей. Турызм будзе станоўча ўплываць на захаванне нематэрыяльнай спадчыны толькі ў выпадку, калі частка эканамічнай выгады ад турыстычнай дзейнасці будзе накіроўвацца на патрэбы носьбітаў і супольнасцей, якія практыкуюць НКС.

Уключэнне нематэрыяльнай спадчыны ў турыстычны прадукт вымагае ад тураператараў вялікай колькасці ўзаемадзеяння з носьбітамі традыцыі, устаноў культуры, аграсядзібамі і інш. Перспектыўны кірунак у спрашчэнні гэтага працэсу, павышэнні яго эфектыўнасці бачыцца ў выкарыстанні кластарнага падыходу пры ўключэнні НКС у турызм, які добра сябе зарэкамендаваў у сферы агратурызму.

Не ўсе элементы НКС аднолькава паспяхова магчыма ўключаць у турыстычны прадукт. Пры ўключэнні ў турызм элементаў нематэрыяльнай спадчыны неабходна кіравацца этычнымі прынцыпамі сферы НКС.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Основные тексты Международной конвенции об охране нематериального культурного наследия. – Париж : ЮНЕСКО, 2020. – 179 с.
2. Масленічная абрадавая гульня «Пахаванне дзеда» ў Гарадоцкім раёне Віцебскай вобласці [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://livingheritage.by/nks/1836/>. – Дата доступу: 12.04.2022.
3. Абрад заклікання дажджу ў вёсцы Стары Дзедзін Клімавіцкага раёна Магілёўскай вобласці [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://livingheritage.by/nks/7602/>. – Дата доступу: 12.04.2022.
4. Нематэрыяльная спадчына Брэстчыны [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://brest-region.gov.by/index.php/en/administration/89-oblast/obshchestvo/kultura/istoriko-kulturnoe-nasledie-brestskoj-oblasti/istoriko-kulturnoe-nasledie/3376-nemateriyalnaya-spadchyna-brestchyny>. – Дата доступу: 12.04.2022.
5. Традыцыя памінання продкаў аграгарадка Раздзялавічы Ганцавіцкага раёна Брэсцкай вобласці [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: https://livingheritage.by/nks/category/877/?SECTION_ID=877&PAGEN_1=2. – Дата доступу: 12.04.2022.

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Артёменко С. В.,

кандидат географических наук,
доцент кафедры туризма и страноведения учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКТОР В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Мировой туризм как вид деятельности, его развитие в настоящее время четко обусловлено различиями, имеющимися в географической среде, и главным образом в ее антропогенезированной части.

Развитие туризма с древнего времени до середины XX в. можно определить как период путешествий. В это время число людей, путешествующих за пределами региона своего места жительства, не превышало нескольких десятков человек (в первой половине XX в.). Основными целями таких путешествий были оздоровление и паломничество, которые позднее, в современности, дополнились посещением мест отдыха с благоприятными климатическими условиями. Притом, что в конце данного периода развития туризма характер путешествий изменился благодаря развитию транспортной инфраструктуры, изменению условий жизни, цели туристов не слишком изменились и наиболее аттрактивными для них оставались территории с благоприятными природными условиями. Географическая среда, ее природная и антропогенная составляющая, их пространственная дифференциация были детерминирующими в развитии туризма.

После Второй мировой войны начал развиваться массовый туризм, главной целью которого был отдых. Основными характеристиками развития туризма в этот период были массовость поездок (сотни миллионов), их четко определенный мотив – отдых (главным образом на море, солнечном пляже, в горах) и характер путешествий. Данный период также характеризуется значительной ролью в развитии туризма природных условий, однако для него становятся характерными и антропогенные изменения (приспособления) естественной среды к целям и требованиям туристической деятельности. Кроме того, в это время начинают формироваться особые (туристско-рекреационные) формы территориальной организации туризма в различных регионах мира – Средиземноморье (Испания, Франция, Турция, Тунис и др.),

Черноморское побережье (Болгария, Румыния, Грузия и др.), Альпы и пр. Формируя такие туристические районы, человек не только интегрировался в географическую среду, но и активно ее преобразовывал, делая ее более удобной для достижения своих целей. Большое значение при выборе мест для организации таких районов имело географическое положение.

С конца XX в. активно начал развиваться так называемый глобальный туризм с еще более масштабными туристическими потоками (сегодня – более 1 млрд туристов) и широким, быстро пополняющимся спектром целей. Важной особенностью современного этапа развития туризма является быстрое развитие туристического пространства, его географическая экспансия. Сегодня оно включает в себя практически все страны мира, все материки (включая Антарктиду), природные зоны и среды (в том числе водные массы и дно Мирового океана). Туризм проник в ближний космос, активно развивается на базе городских поселений и урбанизированных районов. Разнообразные цели туристов вовлекли в туристическую деятельность большинство форм территориальной организации расселения населения, его хозяйственной деятельности, объектов культуры (исторических и современных). Учитывая тот факт, что все указанные данности имеют определенную локализацию в пространстве, важным является установление связи между развитием туризма и географией.

В основе таких связей лежит пространственное разнообразие мира, географической оболочки, а также обусловленность этим разнообразием развития глобального туризма. Все туристические путешествия, являясь пространственными явлениями, имеют в своей основе перемещения людей (имеющих те или иные цели), определяемые различиями географической среды.

Связь географии и туризма обнаруживается в существующих географических классификациях туризма и подходах к их формированию.

География занимается познанием (выявлением) особенностей разнообразия географической среды, его измерением, описанием, объяснением механизмов его возникновения и изменения. Интерес к разнообразию мира, его познанию является одной из причин, побуждающих человека совершать путешествия, которые со временем формируют в географическом пространстве туристические потоки.

Пространственные различия (пространственное разнообразие) мира являются следствием распределения в пространстве биотических и абiotических компонентов природной среды, а также сообществ людей, их хозяйственной деятельности, культурного разнообразия и т. п. Все эти компоненты стали ресурсами для развития современного туризма.

В природной среде наиболее важными для развития туризма являются такие компоненты, как климат, рельеф, воды, растительный и животный мир. Особое значение имеют климатические особенности, которые определяют

степень климатического комфорта туристической деятельности, а поэтому и самочувствие туриста во время путешествия, а также его желание находиться на какой-либо территории. Климатические условия сыграли значительную роль в развитии туризма – формирование рекреационных зон на побережьях и островах теплых морей, например.

Рельеф – фактор ландшафтного разнообразия, аттрактивного для туристов, его характер является основой для развития разных форм туризма и т. д.

Внутренние воды и воды Мирового океана, искусственные водные объекты являются важным элементом туристического продукта, а побережья – одним из наиболее привлекающих туристов элементов земной поверхности.

Географическое положение во многом определяет разнообразие и особенности растительного и животного мира. Природные зоны концентрации отдельных типов растительности и видов животных (например, зона лесов умеренного пояса) представляют большой интерес для развития туризма и рекреации, а также оздоровления.

Особый интерес для формирования туристических зон представляют места, где сочетаются различные благоприятные природные факторы, важные для туристической деятельности. Это зоны особого туристического интереса, концентрации объектов туризма, инфраструктуры и др.

Антропогенная составляющая географической среды возникла в результате хозяйственной и социальной деятельности человека. Исторически эта часть географической среды – результат преобразования и трансформации природы.

Антропогенная среда, также как и природная, разнообразит географическую оболочку, формируя в ней культурную, социальную и материальную составляющие. В самом общем виде современные антропогенные ландшафты образовались под воздействием исторического (историческое материальное и духовное наследие), культурного (культурные ландшафты) и политического (политико-территориальное деление мира) факторов. Значительную роль сыграли также различия в организации географического пространства.

Следует отметить, что антропогенные факторы ведут и к унификации среды, стирают различия, что проявляется в процессах глобализации. Данный факт позволяет говорить о снижении роли антропогенного фактора в росте разнообразия географической среды и усилении доминирования природного фактора. Поэтому, учитывая, что главным мотивом туристических путешествий было и остается познание разнообразия мира, в их организации и предложениях все более выделяется природная составляющая, в то время как унификация деятельности современного человека делает ее менее привлекательной.

Представляется, что утверждения о том, что географическая среда утрачивает антропогенное разнообразие, весьма общее, однако такой тренд существует, что необходимо учитывать при формировании и продвижении новых туристических продуктов.

Барановская В. В.,
главный специалист управления по образованию администрации
Ленинского района г. Бреста

Барановская Д. В.,
студентка 4-го курса факультета международных отношений
Белорусского государственного университета

ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРАФТОВОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

В XIX в. в мире случился активный переход от ручного производства к машинному, от мануфактуры к фабрике, произошла промышленная революция. Она, кроме положительных экономических и социальных эффектов, сопровождалась быстрой урбанизацией, развитием универсальности, однообразия, а также ухудшением экологии. Несмотря на то, что машины облегчили труд людей, улучшили качество жизни, снизили цены на товары народного потребления, они не смогли заменить человека в индивидуальном к нему подходе, обеспечить потребности людей в общении друг с другом, в связи поколений, передаче культурных ценностей через товары и услуги.

В настоящее время возникают предпосылки обратных процессов.

В начале XXI в. мир достиг пика культуры потребления, обезличенности производства и сервиса. Люди стали чаще задумываться о том, что они потребляют, как это удовлетворяет их личные потребности, важна ли производителям и персоналу их индивидуальность. Человека заинтересовали продукты и услуги со смыслом, которых не может дать масс-маркет, а также рациональная, зеленая экономика. Так начали появляться крафтовые продукты, а затем и индивидуальные, эксклюзивные, а следовательно, крафтовые, в том числе ремесленные, услуги.

Такая тенденция не обошла и сферу туризма. Активные туристы, насытившись брендовыми туристическими объектами, ищут способы изучить особенности той или иной дестинации более подробно: через ремесло и кухню, через быт и традиции, через общение.

На крафт нужно смотреть как на философию, на движение, захватившее практически все категории товаров и услуг. Люди хотят жить в масштабируемом мире, вместе с тем подчеркивать свою индивидуальность, и крафт (эксклюзивность, уникальность) дает такие возможности.

Крафт интересен еще и тем, что развивается благодаря встречному движению производителя и потребителя, когда оба разделяют эту философию.

Производитель делает свой продукт из побуждений самореализации, а потребитель ищет что-то свое, особенное, местное, сомасштабное [1].

Для изучения темы развития крафтового туризма в Беларуси авторы провели опрос среди разных категорий взрослого населения (рис. 1).

Слово craft многозначное. Произнося его, люди нередко вкладывают в него разные смыслы. Однако 35 % опрошенных на вопрос, как они понимают крафтовый туризм, ответили близко к значению, которое вкладывают авторы в это понятие (рис. 2).

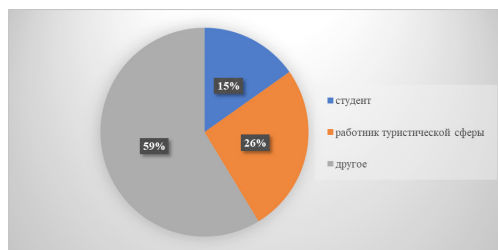


Рис. 1 – Состав анкетированной аудитории

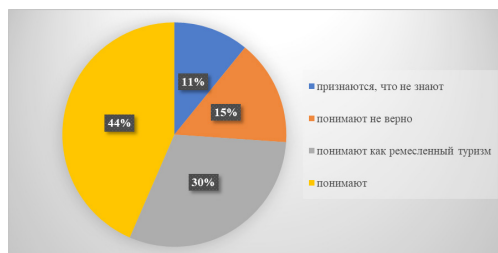


Рис. 2 – Восприятие респондентами понятия «крафтовый туризм»

Таким образом, понятие «крафтовый туризм» можно изложить формулировками из анкеты:

- «авторские программы / места / события для небольших компаний или индивидуальных туристов. Крафтовый – уникальный, отражающий особенную специфику, не массовый»;
- «уникальный, неповторимый нигде более, чем в этом месте»;
- «личный подход в организации туруслуг, плюс ярко выраженная индивидуальность создателя турпродукта»;

- «придуманый самим и не похожий на остальные»;
- «туристические продукты, разработанные по индивидуальному заказу на базе нестандартных элементов»;
- «путешествие малыми группами по нестандартным интересным местам в различных местностях»;
- «туризм в определенном регионе с глубоким погружением в его культуру, традиции, обычаи и т. д.».

Вывод: крафтовые туры – это «туры ручной работы».

Вместе с тем результаты анкеты показывают, что 35 % респондентов отождествляют крафтовый туризм только с посещением ремесленных производств и участием в мастер-классах (рис. 2). Авторы статьи предлагают считать туризм, связанный с ремесленничеством, одной из форм крафтового туризма.

Рассмотрим предпосылки распространения крафтового туризма в Беларуси.

Во-первых, назрела потребность нивелировать негативные тенденции глобализации и урбанизации путем сохранения национальной самобытности, культурного и духовного наследия. В традиционной белорусской семье передача ценностей, традиций происходила из поколения в поколение естественным путем. Сейчас, когда этот процесс нарушен, крафтовый туризм может выступать одним из инструментов связи поколений. Молодые люди, выросшие в городах, проявляют заинтересованность в том, чтобы не утратить эту связь.

Во-вторых, развитие агротуризма, туристских возможностей в малых городах, ремесленничества создало базовую инфраструктуру для создания крафтовых маршрутов. Местные экскурсоводы, краеведы, субъекты агротуризма, ремесленники и т. д. готовы к новому веянию развития, им не хватает потребителя.

В-третьих, ограничение туристской мобильности, связанное с пандемией и закрытыми границами, подтолкнуло любителей путешествовать к изучению местного туристского потенциала, к активному отдыху или релаксу в местных условиях. Такие потребности нужно удовлетворять нестандартным продуктом. Желание индивидуального подхода подтверждают ответы респондентов, которые отражены на диаграмме (рис. 3).



Рис. 3 – «Посещая новую местность, вы предпочтете...»

В-четвертых, в регионах Беларуси нет достаточного спроса для регулярного формирования сборных групп по основным белорусским туристическим направлениям. Однако популярны корпоративные и школьные поездки, поездки небольшими компаниями. Таких заказчиков все чаще интересуют новые программы и направления, что также можно считать зарождением крафтового туризма.

Перечислим особенности крафтового турпродукта:

- небольшой состав, от 1 туриста, когда можно учесть индивидуальные пожелания каждого;
- возможность посещения мест / организация программ, недоступных для больших групп и не предлагаемых в стандартных туристских программах;
- мастерство, самореализация автора турпродукта, отражающееся в программе;
- высокое качество, профессионализм (крафтовый – не значит кустарный);
- тесное взаимодействие создателя и потребителя турпродукта;
- уникальность темы турпродукта (экспедиция, посещение событийного мероприятия, природного явления, происходящего в определенное время);
- уникальность темы турпродукта (экспедиция, посещение событийного мероприятия, природного явления, происходящего в определенное время), особый смысл или отдельный сюжет;
- вовлечение туриста в деятельность на маршруте (например, управление речным паромом на экологической тропе, замешивание теста во время мастер-класса по приготовлению хлеба, прохождение квеста);
- отсутствие «ширпотреба»;
- в крафтовых турах может быть объединено несочетаемое для массового туризма (например, пешеходный, велосипедный и байдарочный маршруты объединены и составляют один маршрут).

На вопрос анкеты «Назовите примеры крафтового туризма» только единицы называли конкретный турпродукт. Большинство же ответов созвучны с описанием главных особенностей крафтового турпродукта. Приведем несколько примеров.

- «Поехать в забытую богом глушь, в деревню, где живут пару семей, ведут хозяйство, сами выращивают еду, делают предметы быта и одежды своими руками».
- «Тур по гончарным мастерским, по пекарням, по винным фермам и так далее. Главное условие – турист должен иметь возможность попробовать себя в роли работника этих мест».
- «Какой-то элитный?»
- «Что-то колоритное, самобытное».
- «Связанный с народным творчеством, где-то авторский, специфический».

- «Квест в замке, полоса препятствий в деревне-лесу, квест в городе по туристическим точкам».

Какова перспектива развития крафтового туризма в Беларуси?

Здесь нужно сказать, что белорусы в последнее время проявляют повышенный интерес к национальной истории и культуре, к изучению наследия, что сказывается на росте популярности индивидуальных и эксклюзивных туров и экскурсий по своей стране, поиску новых форм получения впечатлений. Национальная идентичность и самосознание становятся контекстом современного туризма.

Далее, как упоминалось выше, многие агроусадьбы, субъекты туристского бизнеса, ремесленники предлагают уникальный продукт и готовы к сотрудничеству в создании эксклюзивных программ. В Беларуси наметилась тенденция к созданию туристских кластеров, что должно содействовать формированию качественных туристских продуктов, а также заинтересованности туристов.

Новый Закон Республики Беларусь «О туризме» предусматривает повсеместную деятельность в Беларуси туристско-информационных центров. Появление туристско-информационных центров в малых городах стимулирует развитие нестандартных туров, взаимодействие поставщиков и потребителей туристических услуг.

Авторы считают важным включение крафтовых аспектов в проектирование образовательных экскурсий. Туризм является мощным фактором повышения эффективности обучения, экскурсии рекомендуется включать в образовательный процесс и внеклассную работу. Зачастую учителя сами проводят такие экскурсии, не всегда обладая необходимыми умениями и навыками. Крафтовые туристические продукты, сделанные в соответствии с образовательными программами, будут востребованы. К тому же юных туристов, безусловно, увлекают нестандартный подход, практические, а не академические формы. Функция таких экскурсий не только профориентационная и информационно-просветительская, но и мировоззренческая.

Крафтовые элементы можно вставлять в классические (групповые) туры, стандартизированные программы. Например, становится популярным включение в такие программы ремесленных мастер-классов, посещение ремесленных выставок-ярмарок с покупкой сувениров, экскурсии по агроусадьбам и экологическим тропам, дегустации крафтовой продукции.

Анализ ответов на вопрос проводимой анкеты свидетельствует, что 89 % респондентов убеждены в перспективности крафтового туризма в нашей стране (рис. 4), подтверждая следующими аргументами: так как потребитель становится более образованный и самоорганизованный, требуются новые, современные, гибкие варианты туристических услуг; привычные подходы

и клише предсказуемы и часто кажутся скучными, а нестандартный продукт – это всегда что-то новое и не привычное, что интересно людям; в настоящее время ценится все натуральное и сделанное своими руками, «с душой»; создаст новые пути для развития и популяризации туризма в целом; общемировая тенденция.

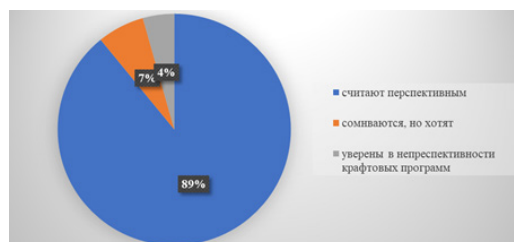


Рис. 4 – Оценка респондентами перспективности крафтового туризма

Часть опрошенных выразили сомнения в перспективности крафтового туризма в Беларуси. Действительно, при создании крафтовых программ возникают проблемы, касающиеся развития белорусского внутреннего туризма в целом.

Во-первых, крафтовость предполагает высокую стоимость, а среднестатистический житель Беларуси не привык либо не имеет возможности тратить большие суммы на туризм внутри страны.

Во-вторых, необходимо признать, что в Беларуси довольно невысокий уровень крафтовости для создания качественного турпродукта такого рода. Вместе с тем это и является «непаханным полем», возделывание которого имеет перспективы.

В-третьих, при формировании крафтовых программ нельзя обострять проблему замещения аутентичности коммерциализированным вымыслом. С потребителем необходимо разговаривать искренним языком, качественно организовывая процесс интерпретации наследия. Развитие крафтового туризма может также столкнуться с проблемой нехватки специалистов, так как качественная организация крафтового продукта основывается на грамотности и опыте.

В-четвертых, сковывает развитие внутреннего туризма факт того, что большинство музеев, домов ремесел в малых городах и агрогородках ограничено работают в вечернее время, в выходные и праздничные дни, когда активизируется туристический поток.

Тем не менее значением крафтового туризма станет удовлетворение познавательных и развлекательных потребностей туристов, деликатное открытие

и сохранение уникальности, самобытности, аутентичности дестинаций. Развитие крафтового туризма поможет не допустить усреднения традиционной культуры, вытеснения традиционных ценностей из общественной жизни белорусов.

Глубокое знакомство белорусов с туристическим потенциалом своей страны послужит более качественному приему иностранных туристов. Местное население должно почувствовать реальную цену и ценность своего туристического потенциала.

Очевидно экономическое значение крафтового туризма: доходы от услуг и приобретаемых туристами товаров местного производства; повышение спроса на сувенирные изделия местных ремесел (вытеснение китайских товаров); стимулирование предпринимательской активности местного населения, создание и сохранение рабочих мест.

В рекомендациях по развитию туризма в Беларуси часто звучат отсылки к зарубежному опыту. Крафтовость в туризме же предполагает современную интерпретацию белорусской самобытности, уникальный туристский продукт, построенный не на копировании, а на взаимодействии туриста и создателя туристского предложения. Такой турпродукт заинтересует и местного, и иностранного потребителя.

Список использованных источников

1. Анна Луканина: «Крафт — это когда маркетолог не врет!» [Электронный ресурс] // unipack.ru Отраслевой портал. — Режим доступа: <https://news.unipack.ru/68637/>. — Дата доступа: 29.07.2022.
2. Гайдукевич, Л. М. Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь в постпандемийный период / Л. М. Гайдукевич // Материалы первой международной научно практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты». г. Минск, 28 сентября 2021 г. — Минск : А. Н Вараксин, 2021. — 412 с. — С. 27.
3. Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений / В. А. Клицунова. — 2-е изд. — Минск : Четыре четверти, 2021. — 220 с. : ил.
4. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 ноября 1996 г., 17 окт. 2004 г. и 27 фев. 2022 [Электронный ресурс] // Президент Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/gosudarstvo/constitution>. — Дата доступа: 29.07.2022.
5. Крафтовые туры в мини-группах [Электронный ресурс] // Vedi Group. — Режим доступа: https://www.veditour.ru/hotspo/author_tours. — Дата доступа: 29.07.2022.

6. Методические рекомендации по организации и проведению экскурсий для учащихся X–XI классов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, в рамках изучения учебных предметов, предусмотренных типовыми учебными планами общего среднего образования, утвержден заместителем министра образования Республики Беларусь 14 дек. 2021 г. – 18 с.
7. О туризме: Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З.
8. Траскевич, А. Г. Концепции (де)роста и резильентности для преодоления негативных воздействий туризма в условиях пандемии / А. Г. Траскевич, М. Фонтанари // Материалы первой международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты». г. Минск, 28 сентября 2021 г. – Минск : А. Н Варахсин, 2021. – 412 с. – С. 33.
9. The craft sector in tourism [Электронный ресурс] // Association of Caribbean States. – Режим доступа: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=sustainable-tourism/the-craft-sector-in-tourism>. – Дата доступа: 29.07.2022.

Войтович У. В.,
студентка 4-го курса факультета истории,
коммуникации и туризма учреждения образования
«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

РЕСУРСЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НОВОГРУДСКОГО РАЙОНА

Современное понятие гастрономического туризма складывается из двух основных элементов. Первый – это туристы, которые через дегустацию блюд и напитков получают незабываемые впечатления. Второй – это территории и дестинации, которые показывают уникальность своей культуры через культуру приготовления, способов подачи и потребления еды.

Гастрономический туризм можно рассмотреть через структуру цепочки добавленной стоимости. Гастрономический туризм представляет собой очень интересную область для анализа цепочки создания стоимости, потому что в течение нескольких лет гастрономия вышла за рамки стола и ресторана. Как продукт теперь он открыт для большого количества элементов и участников. Гастрономия сегодня – это цепочка создания стоимости, включающей различные отрасли деятельности и начинающейся с производства продуктов питания (включая сельское хозяйство, рыболовство и пищевую промышленность). Она включает распространение через любой канал (от традиционных рынков, супермаркетов и крупных розничных точек до местных магазинов, бакалейных лавок и онлайн-торговли), распространяется на дома и предприятия общественного питания с различными профилями (включая международные компании по доставке) для обработки и дегустации и, очевидно, также включает туризм, связанный с гастрономией. Цепочка создания стоимости гастрономии и, следовательно, гастрономического туризма означает, что более широкий, более богатый и удовлетворительный мир может быть охвачен туризмом, что позволяет ему стать основным мотивом туристической деятельности. Гастрономия – это не просто блюдо. Чтобы достичь этого блюда, была построена цепочка добавленной стоимости, которая включает элементы, связанные с производством и обработкой пищевых продуктов, а также с их распределением, преобразованием и, наконец, с приемом пищи. Эти процессы включают добавленные ценности, такие как гастрономические пейзажи, культурную и кулинарную самобытность дестинации, материальное и нематериальное наследие (кулинарные ремесла, традиционные рецепты, посуда и т. д.) и связаны с другими элементами, оказывающими большее или меньшее влияние, такими как государственная политика, административное регулирование, инфраструктура, обучение и исследования.

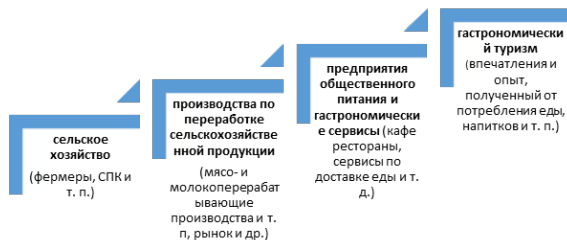


Рис. 1 – Цепочка добавленной стоимости гастрономического туризма

Цепочка добавленной стоимости гастрономического туризма, представленная на рисунке 1, позволяет увидеть формирование инновационной основы для анализа туристической деятельности с целостной и комплексной точки зрения.

В этом контексте ключевым шагом для развития и управления гастрономическим туризмом на территории является выявление, инвентаризация и анализ потенциала и степени развития различных элементов в цепочке создания стоимости гастрономического туризма: производителей в первичном и вторичном секторах, фирм в сфере услуг, предложений общественного питания, размещения, специализированной торговли, фирм, предоставляющих гастрономические мероприятия и услуги (кулинарные мастерские, дегустационные школы и т. д.), центров знаний, таких как кулинарные и гостиничные школы, рынки, оптовые рынки, аукционы и места для распространения гастрономической культуры, ярмарок, фестивалей и мероприятий, а также природных и культурных местных ресурсов.

Эта количественная и качественная идентификация и анализ позволили нам выделить следующие элементы:

1. **Производители и пищевая промышленность:** совокупность продукции местных пищевых производств, в том числе и сувенирная, качественные продукты с международными и отечественными сертификатами подтверждения.

2. **Сектор гостеприимства** (питание и размещение): количественный и качественный: количество заведений, типы (высокая кухня и авторская кухня, традиционная кухня, популярная кухня, гастробары и т. д.), географическое распределение, типы, знаки качества, связанные с гастрономией.

3. **Специализированная торговля:** традиционные рынки, уличные рынки, местные продукты и т. д.

4. **Мероприятия по распространению гастрономической культуры:** специализированные (отечественные и международные) ярмарки и рынки, предлагающие продукцию сельского хозяйства для дегустации, рыболовства

и сельского хозяйства, гастрономические мероприятия, гастрономические фестивали и праздники.

Анализ этих элементов позволит нам определить продукты и места для гастрономического туризма, которые обладают особой ценностью и определяют ценностное предложение дестинации.

Мы решили проанализировать ресурсы для развития гастрономического туризма на примере Новогрудского района. Данная туристическая дестинация достаточно популярна среди туристов благодаря активному развитию культурно-исторического туризма. Новогрудчина привлекает, прежде всего, тех, кто интересуется средневековой историей Беларуси, наследием Адама Мицкевича, многообразием религиозной жизни. Мы думаем, что привлечение ресурсов гастрономического туризма позволит более эффективно развивать традиционные для этой дестинации виды туризма. Кроме того, даст толчок для привлечения новых ресурсов для развития туризма, что приведет к развитию новых видов туризма.

Рассмотрим самые крупные предприятия пищевой промышленности Новогрудского района.

СП «Леор Пластик» – предприятие, перерабатывающее океаническую и речную рыбную продукцию и производящее овощные салаты, оснащенное современным оборудованием «Multivas», «Baader» и других всемирно-известных фирм, что позволяет ему ежедневно выпускать свыше 8 т рыбы холодного и горячего копчения, 15 т соленой рыбы, свыше 30 000 условных банок пресервов в ассортименте, более 30 наименований продукции в вакуумной упаковке, рыбную кулинарию, 30 000 кг овощных салатов. Ассортимент рыбной и овощной продукции насчитывает свыше 250 наименований и постоянно пополняется [2]. Производитель, продукцию которого вы хотя бы один раз видели на всех прилавках страны, но вряд ли знали, что это производство находится в г. Новогрудке, так как отсылки к локации нет ни в названии предприятия, ни в наименованиях продукции, ни в логотипе. Предприятие имеет сайт, на котором есть каталог всей продукции. Сайт ориентирован на людей, знающих русский язык, перевода на другие языки мира нет.

ООО «ПровитБел» – одно из крупнейших предприятий Беларуси по производству замороженных полуфабрикатов. Именно с ООО «Провит» началась история производства в Республике Беларусь замороженных продуктов из белорусского картофеля. Компания производит более 150 наименований продукции под брендами «Панские», «Добровский», «Новогрудские» и др. Основные виды производимой продукции: пельмени, вареники, блинчики, чебуреки, клецки, хинкали, манты, пицца, овощные смеси, овощные котлеты, наггетсы куриные, тесто [4]. Их вы тоже видели, может, и пробовали, не один раз. Упаковка продуктов привлекает к себе внимание ярким и стильным дизайном. Отсылка

к региону представлена только в наименовании пельменей «Новогрудские». Стоит отметить, что сайт предприятия имеет русско- и англоязычную версию, а также аккаунты в таких социальных сетях, как Instagram, Facebook, «ВКонтакте» и «Одноклассники».

ОАО «Молочная компания «Новогрудские Дары» выпускает свыше 60 наименований продукции: сыры полутвердые, мягкие и рассольные, цельномолочную продукцию, глазированные сырки, сухое обезжиренное и цельное молоко. Предприятие по праву можно назвать крупнейшим из молочных предприятий Гродненской области. Производственные мощности предприятия позволяют ежедневно перерабатывать порядка 560 т молочного сырья. «Новогрудские Дары» делают ставку на «живую» продукцию, минимально подвергая ее технологической обработке. Молочные продукты не содержат консервантов, искусственных добавок и генетически модифицированных компонентов. Компания имеет два территориально обособленных цеха в г. п. Любча и г. п. Кореличи. Яркий логотип компании (голубо-желто-зеленый) привлекает к себе внимание, и уже из названия легко определить дестинацию. В ассортименте есть сыры «Любчанский престиж», «Брынза Любчанская», «Эдам Новогрудский», «Новогрудский оригинальный», сыр плавленый «Новогрудский» в ассортименте. А одна из самых популярных разработок предприятия – элитные сыры «PESTO RED» и «PESTO GREEN» [3]. Они имеют не только оригинальный вкус, но и отличаются от классических сыров своим ярко-зеленым и красным цветами. Благодаря названиям и особенностям продукции у людей возникает ассоциация с конкретной территорией, и это повышает ее узнаваемость. Хочется отметить удобство сайта. Есть возможность просмотра на четырех языках: русском, китайском, белорусском и английском. Легко по вкладкам найти информацию о каждом продукте. Имеются аккаунты в «Одноклассниках» и «ВКонтакте». Есть информация для партнеров в Республике Беларусь и за рубежом.

«Новогрудский хлебозавод» производит хлебобулочные и кондитерские изделия, печенье. Ассортимент производимой продукции велик. Завод имеет фирменную торговую сеть, представленную магазинами «Пекарь ХлебНов – мастер вкусных пирогов» [5]. Пекарь по фамилии ХлебНов изображен на логотипе предприятия. Фамилия пекаря как раз указывает на производимую продукцию и на название города и формирует устойчивую ассоциацию с ним. Кекс «Новогрудский», торт «Гражина», названный в честь произведения Адама Мицкевича, могут стать сладкими сувенирами, привезенными туристами из Новогрудка.

«Новогрудский винзавод» производит, помимо алкогольной продукции, еще и сладкие напитки, квасы и рисовиты «Бодродар».

С 2014 года предприятие производит уникальный безалкогольный напиток – квас на основе рисового гриба. Квас купажирован натуральными ягод-

ными соками: черной смородины, клюквы и вишни. Рецепт напитка разработан сотрудниками Могилевского института продовольствия. Квас богат витаминами группы В, Е и С, аминокислотами, органическими кислотами. Позволяет не только повысить биологическую сопротивляемость организма человека простудным заболеваниям, но и способствует восстановлению обмена веществ, снижению сахара в крови, повышает работоспособность, помогает при бессоннице, нормализует кислотность желудочного сока, эффективен при отложении солей, ревматизме, содержит арахидоновую кислоту (Омега-6), а также имеет противоопухолевое действие, которое проявляется в снижении количества опухолей в легких [1].

Сегодня купить квас брожения можно в магазинах Гродненской области и Республики Беларусь под торговой маркой «Квас Бодродар», он имеет массу вкусовых вариаций: «Медовуха», «Збитень», «Вкус тархуна», «Вкус барбариса», «Вкус ананаса» и т. д. Однако отсутствие корректной маркетинговой кампании не позволяет производителю достойно представить для широкого круга потребителей данный вид продукции.

Собственного сайта хлебозавод и винзавод не имеют, поскольку являются филиалами Гродненского хлебозавода и Дятловского ликеро-водочного завода «Алгонь». Поэтому узнать о их ассортименте в режиме онлайн не так легко.

Проанализировав главные пищевые предприятия Новогрудчины, мы выяснили, что на сегодняшний день производственные экскурсии не проводит ни одно из них. И это понятно, ведь это предприятия пищевой промышленности, где на первом месте требования санитарной безопасности. А чтобы организовать экскурсии по предприятию, нужно иметь место и возможности. Надеемся, что это случится, ведь современному туристу мало увидеть и попробовать местную еду, ему интересно увидеть процесс производства, а еще лучше, поучаствовать в этом процессе. У пищевых гигантов «Леор Пластик» и «ПровитБел» нет в названии продукции отсылки к месту производства, поэтому не все люди отождествляют их еду с Новогрудком, а это влияет на узнаваемость дестинации. Часть производителей могут использоваться в развитии туристического бренда Новогрудского района, их продукция позиционируется либо с дестинацией (Новогрудский, Любчанский и т. п.), либо с историко-культурным наследием – Адам Мицкевич и его творчество (Гражина и т. д.).

Таким образом, из всех ресурсов Новогрудского района самые привлекательные те, что связаны с именем А. Мицкевича. Связано это с тем, что этот бренд уже существует в названиях заведений общественного питания и размещения, в меню, в названиях продукции. Он существует, используется предприятиями и популярен. На сегодняшний день гастрономический туризм в Новогрудском районе не готов быть самостоятельным направлением, но

может усилить другие виды туризма. Например, культурно-познавательный туризм, который является основным.

Список использованных источников

1. Дятловский ликеро-водочный завод [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dvvz.by/index.php/ru/>. – Дата доступа: 10.05.2022.
2. Леор Пластик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.leor.by/about/>. – Дата доступа: 05.06.2022.
3. ОАО «Новогрудские Дары» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://novdar.by/o-kompanii/>. – Дата доступа: 08.06.2022.
4. ПровитБел [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://provit.by/about/>. – Дата доступа: 08.06.2022.
5. Хвала рукам, что пахнут хлебом... [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://director.by/zhurnal/arkhiv-zhurnala/arkhiv-nomerov-2020/429-f/7258-khvala-rukam-chto-pakhnut-khlebon>. – Дата доступа: 10.06.2022.

Воронович И. Н.,

кандидат культурологии, доцент, директор Департамента по туризму
Министерства спорта и туризма Республики Беларусь

РАЗВИТИЕ ВИДОВ ТУРИЗМА И ИХ РЕГУЛИРОВАНИЕ НА ГОСУДАРСТВЕННОМ УРОВНЕ

Туризм рассматривается как стратегическая отрасль экономики, охватывающая не только отдельно взятую страну, но и весь мир в целом. В современном мире масштабность туризма очевидна. Доказательством являются и последние годы, в том числе и события, вызванные пандемией: «до пандемии, в 2019 г., в мире было совершено 1,5 млрд международных поездок – туризм обеспечивал 7 % объема глобального ВВП, а в связи с кризисом весь сектор буквально застыл без движения. Ущерб колоссальный: 70 % сокращения глобального ВВП связано с потерями в сфере туризма. В результате кризиса именно этот сектор пострадал более всего. И не только сам сектор, но и все, для кого туризм был источником существования. ... Фактически в 2020 г. туристическая отрасль была отброшена на 30 лет назад. Последние годы рост в этой сфере составлял 4 % в год. Сегодня мы оказались в ситуации, когда у нас есть предложение и множество предприятий, но нет туристов» [1]. Действительно международный туризм пришел в упадок, многие зарубежные направления оказались закрыты, перемещения между странами были ограничены санитарными требованиями. В отчетах Всемирной туристической организации (UNWTO) по итогам 2021 г. отмечено, что количество международных туристических поездок в 2021 г. остается на 72 % меньше, чем в допандемийном 2019-м, а доходы составили лишь 54 %.

Произошла переориентация туристов на внутренний рынок, как никогда ранее, в частности и в Республике Беларусь. Последствия пандемии в меньшей степени влияют на внутренний туризм, наоборот, отмечается рост его объемов. Так, в 2021 г.: стоимость туров, оплаченных туристами, экскурсантами по внутреннему туризму, составила 54,1 млн рублей (в 2020 г. – 21,7 млн рублей); численность организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, направленных в туры в пределах территории нашей страны, составила 1 187,9 тыс. человек (темп роста к 2020 г. – 207,9 %); численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения – граждан Республики Беларусь, составила 1 072,6 тыс. человек (темп роста к 2020 г. – 142,9 %); численность размещенных лиц в санаторно-курортных, оздоровительных организациях и других специализированных средствах размещения – граждан Республики Беларусь, составила 749,6 тыс. человек

(темп роста к 2020 г. – 135,2 %); численность туристов, обслуженных в агро-экоусадебках, – граждан Республики Беларусь, составила 548,8 тыс. человек (темп роста к 2020 г. – 130,0 %); в 1,5 раза увеличилась посещаемость особо охраняемых природных территорий; в 1,6 раза возросло количество проводимых событийных мероприятий по гастрономическому туризму [2].

Массовый туризм переориентировался на индивидуальные туры. Ярko выражены предпочтения к посещению природных территорий и оздоровлению или восстановлению после перенесенной инфекции. Актуальным становится функционирование объектов круглогодичного доступа в области оздоровительного, экологического, спортивного, гастрономического туризма для обеспечения новых приоритетных потребностей клиентов туристической отрасли. Так, в пандемийный период внимание акцентируется и на классификации видов туризма, некоторые из них действительно становятся наиболее востребованными и популярными.

В Республике Беларусь усовершенствование туризма на государственном уровне напрямую зависит от правовых актов, которые разрабатываются государственными органами, в том числе Департаментом по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь.

В настоящее время встречается множество разнообразных подходов к классификации видов туризма: некоторые из них закреплены в правовых актах, иные – в научной литературе. Основу каждой классификации туризма составляют определенные свойства, которые объединяются по определенным признакам и критериям. Самая распространенная классификация включает в себя две организационные формы – международный (въездной и выездной) и внутренний туризм.

Видится необходимым отметить основные правовые акты, в которых встречается классификация по видам туризма. В действующем Законе «О туризме» Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-З под туризмом понимается туристическое путешествие, а также деятельность юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации (ст. 1). В данной редакции Закона «О туризме» в ст. 3 «Организационные формы туризма. Виды туризма. Туристические цели» отмечается, что «особенности организации отдельных видов туризма (агротуризм, самодельный, социальный, экологический и другие виды) регулируются законодательством», то есть речь идет не совсем о какой-либо классификации [3].

Но в течение последних лет, особенно в пандемийные годы, мы отмечаем, что четко прослеживается заинтересованность в конкретных видах туризма. В этой части в процессе разработки нового Закона «О туризме» от 11 ноября 2021 г. № 129-З предусматривается ст. 5 «Единая классификация видов туризма в Республике Беларусь», в которой отмечается, что «в целях мониторинга

развития в Республике Беларусь видов туризма Министерством спорта и туризма ведется Единая классификация видов туризма в Республике Беларусь.

Единая классификация видов туризма в Республике Беларусь включает перечень видов туризма, развиваемых в Республике Беларусь, и их классификационные признаки».

В Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. в гл. 4 «Направления развития сферы туризма», параграфе 6 «Развитие приоритетных видов туризма» заложены основные принципы развития видов туризма в Республике Беларусь: агроэкотуризм, активный, гастрономический, деловой (MICE), культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, медицинский, ностальгический, образовательный, охотничий, промышленный, религиозный, событийный, экологический туризм [4].

Среди популярных видов туризма в Республике Беларусь в последние годы следует отметить агроэкотуризм. На 1 января 2022 г. зарегистрировано более 3 тыс. субъектов агроэкотуризма. За 16 лет развития данный вид стал своеобразным брендом нашей страны (неоднократно отмечен наградами престижного международного рейтинга «National Geographic Traveler Awards»), в том числе и благодаря государственной поддержке. В 2021 г. агроэкоусадьбы посетили полмиллиона человек, из них 15 тыс. – иностранцы.

Развитие лечебно-оздоровительного туризма обеспечило восстановительный рост всех основных показателей деятельности системы санаторно-курортного лечения и оздоровления населения, отмечаются доэпидемические показатели работы. По оперативным данным в первом полугодии 2022 г. по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. средняя заполняемость здравниц составила около 75 %. Численность иностранных граждан, обеспеченных белорусскими лечебно-оздоровительными услугами, увеличилась на 22,3 % и составляет 63,1 тыс. человек.

В рамках экологического туризма четыре национальных парка («Беловежская пуца», «Браславские озера», «Нарачанский», «Припятский») и Березинский заповедник в первом полугодии посетило 300 тысяч туристов и экскурсантов. Многодневные туристические маршруты по Беларуси включают ознакомление с самобытной белорусской культурой и гастрономией. Сейчас в нашей стране отмечается 181 предприятие общественного питания, специализирующееся на национальной кухне, а число событийных гастрономических мероприятий за год увеличилось с 139 до 224 (более чем в 1,5 раза). Спад пандемии актуализирует посещение и промышленных предприятий (особенно пищевой промышленности).

Отдельное внимание отводится развитию видов туризма и их курированию на уровне правительства. Так, в 2019 г. по поручению заместителя Премьер-министра Республики Беларусь, председателя Межведомственного

экспертно-координационного совета по туризму при Совете Министров Республики Беларусь (МЭКС) И. В. Петрешенко утверждены составы групп по развитию видов туризма, закрепленных за министерствами. На протяжении последних лет совместно с облисполкомами, Минским горисполкомом, общественными объединениями в сфере туризма обеспечивается деятельность по развитию соответствующего вида туризма, в том числе проводится анализ, выработка предложений по эффективному развитию на ближайшую и дальнюю перспективы.

17 апреля 2019 г. утверждены составы рабочих групп Межведомственного экспертно-координационного совета по туризму при Совете Министров Республики Беларусь (МЭКС). За конкретными республиканскими органами закреплены 17 рабочих групп по развитию видов туризма и направлениям деятельности:

- 1) *агроэкотуризм* – Министерство спорта и туризма;
- 2) *гастрономический туризм* – Министерство антимонопольного регулирования и торговли;
- 3) *деловой туризм* – Министерство спорта и туризма;
- 4) *культурно-познавательный туризм* – Министерство культуры;
- 5) *лечебно-оздоровительный туризм* – Республиканский центр по оздоровлению и санаторно-курортному лечению населения;
- 6) *медицинский туризм* – Министерство здравоохранения;
- 7) *ностальгический туризм* – Министерство иностранных дел;
- 8) *образовательный туризм* – Министерство образования;
- 9) *охотничий туризм* – Министерство лесного хозяйства;
- 10) *промышленный туризм* – Министерство промышленности;
- 11) *религиозный туризм* – Уполномоченный по делам религий и национальностей;
- 12) *экологический туризм* – Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды;
- 13) *туристическая инфраструктура* – Министерство жилищно-коммунального хозяйства;
- 14) *придорожный сервис* – Министерство транспорта и коммуникаций;
- 15) *обеспечение информационной составляющей туризма* – Министерство информации;
- 16) *либерализация визовой политики* – Министерство иностранных дел;
- 17) *продвижение туристического потенциала Республики Беларусь в сети Интернет* – РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Руководитель рабочей группы утверждает дорожные карты по развитию видов туризма на основании поступающих предложений ее членов, в том числе анализируются проблемные вопросы. Рабочие группы взаимодействуют

с ведущими белорусскими туроператорами, общественными объединениями в сфере туризма, освещают свою деятельность в СМИ, дают предложения в проекты нормативных документов. Выработанные в результате деятельности рабочих групп конкретные позиции и предложения ложатся в основу нововведений в законодательство.

По аналогии с республиканским МЭКС созданы на уровне областей и районов местные координационные советы по туризму, в рамках которых выработка совместной позиции в конкретных видах туризма, в том числе вопросы снижения ставки курортного сбора и других местных налогов, арендных платежей и др.

Эффективность туризма во многом зависит от государственного регулирования: «опыт разных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой» [5].

Список использованных источников

1. Туризм после пандемии: новые идеи и расширение сотрудничества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2022/01/1416522>. – Дата доступа: 04.08.2022.
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. 2022: Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Ред. колл.: И. В. Медведева, Е. И. Кухаревич, Ж. Н. Василевская и др. – Минск. : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2022. – 32 с.
3. Закон Республики Беларусь «О туризме» 25 ноября 1999 г. № 326-З [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=N19900326>. – Дата доступа: 04.08.2022.
4. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/НАЦИОНАЛЬНАЯ%20СТРАТЕГИЯ.pdf>. – Дата доступа: 04.08.2022.
5. Тайгибова, Т. Т. Государственное регулирование развития въездного туризма / Т. Т. Тайгибова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tourlib.net/statti_tourism/tajgibova2.htm. – Дата доступа: 05.08.2022.

МНОГОГОЛОСИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СПЕЦИФИКИ БЕЛОРУССКОГО CONTEMPORARY DANCE В СОБЫТИЙНОМ ТУРИЗМЕ

Событийный туризм в современном мире занимает определенную нишу, ассоциируется с проведением значимых мероприятий как внутри страны, так и за рубежом. Для событийного туризма характерен массовый охват участников, неповторимость и уникальность каждого отдельного мероприятия. Так, под событийным туризмом понимают определенный «вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям, события могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и т. д.» [1]. В книге А. В. Бабкина «Специальные виды туризма» выделены следующие тематические виды событийного туризма: национальные фестивали и праздники; театрализованные шоу; фестивали кино и театра; гастрономические фестивали; фестивали и выставки цветов; модные показы; аукционы; фестивали музыки и музыкальные конкурсы; спортивные события [2]. Посещение разнообразных фестивалей и событий становится альтернативой традиционному отдыху на пляже или посещению достопримечательностей. Участие в массовых и традиционных мероприятиях конкретного региона позволяет проникнуться обычаями и особенностями данного места. Отмечается, что «событийные туры получают очень насыщенными, отдыхающий получает больше положительных впечатлений, чем от обычной поездки в курортный регион» [3].

Событийный туризм достаточно быстро развивается, пользуется большим спросом и набирает популярность. Такие мероприятия, как карнавалы, фестивали, форумы, становятся национальным инструментом, привлекающим путешественников со всего мира. Данный вид туризма способствует развитию территории. В качестве примера видится необходимым отметить такие страны, как Бразилия и всемирно известный карнавал в Рио, Испания и коррида, Италия и множественные фестивали, а также зрелищные события в Индии, Китае, Таиланде, Вьетнаме и др. Так, мировая практика развития событийного туризма свидетельствует о росте популярности данного вида. Не является исключением и Беларусь, где также есть ряд событийных мероприятий, известных не только у нас в стране, но и за пределами: «Славянский Базар» в Витебске, «Лістапад» в Минске, Viva Braslav! в Браславе, «Зов Полесья» в Лясковичах др. Внимание заслуживают танцевальные фестива-

ли, которых также большое разнообразие, в том числе интерес представляет и Contemporary Dance.

Дословный перевод на русский язык Contemporary Dance – «современный танец», также встречается аналог – «современная хореография». Contemporary Dance представляет собой «синтез танцевальных стилей и техник XX – начала XXI в., прежде всего европейского и американского танца модерн и танца постмодерн. Основой этих стилей является классический балет» [4]. Последний претерпел множество изменений и освободился от строгих рамок и правил. Исторически «началом эпохи контемпа считаются 50-е годы XX в., которые ознаменованы поздней деятельностью Мерса Кэннингхэма, Хосе Лимона и Мари Вигман» [4].

История современного танца в Беларуси насчитывает несколько поколений хореографов и артистов, которые внесли огромный вклад в развитие Contemporary Dance. На протяжении четвертого десятилетия своей эволюции белорусский Contemporary Dance не оставался без внимания. Условной точкой отсчета в формировании современного танца в Беларуси можно назвать вторую половину 80-х – период перестройки, когда в образовавшихся разломах старой социополитической, художественно-эстетической системы возникают новые формы творческой деятельности. Именно в начале 90-х появляется ряд разнообразных по форме, мышлению, пониманию тела и телесности экспериментальных коллективов: группа современной хореографии «ТАД» Дмитрия Куракулова, театр танца «Галерея» Александра Тебенькова, группа современной хореографии «Квадро» Инны Асламовой, студия современного танца «Параллели» Анастасии Маховой [5, с. 12].

Под Contemporary понимают стиль современной хореографии, основанный и предназначенный для выражения внутренних переживаний танцовщика, эмоций и чувств. В данном направлении важна не столько техника, сколько эмоции. Современный танец передает определенную историю, и у каждого танцовщика контемп индивидуальный, поэтому этот танец очень разносторонний и неограниченный.

Российский исследователь В. Ю. Никитин отмечает, что Contemporary Dance представляет собой «микст, коллаж, соединение всего и во всем». Именно это соединение различных стилей и направлений, их мирное сосуществование и определяет эстетическую парадигму Contemporary Dance» [6, с. 82]. Часто под последним понимают «определенный стиль, манеру, технику современного танца» [6, с. 82]. Исследователи отмечают, что это не совсем верно, поскольку Contemporary Dance – это «вид танцевального искусства, который находится в поиске новых форм танца и движения. Contemporary Dance не является фиксированной техникой – это синтез методов, среди которых экзерсис, элементы модерна, джаза, йоги и тай-чи, а также других направлений,

фокусирующих внимание на осознанном использовании своего тела. Важным здесь оказывается формирование у танцовщика ясного кинестетического ощущения, которое достигается путем понимания особенностей движения тела и физических законов, действующих на него. Contemporary Dance работает с такими явлениями, как гравитация, сила реакции опоры, инерция, импульс и т. п. Помимо понимания собственного тела и качеств его движения, особое значение приобретает внимание к происходящему вокруг. Для Contemporary Dance характерна исследовательская направленность, обусловленная взаимодействием танца с современной философией и наукой» [7].

От остальных направлений танец контемпорари отличается тем, что правила этого танца еще до конца не сформулированы, методика обучения, в отличие от классической хореографии, не закреплена. Современный танец контемпорари на данный момент не имеет единой структуры и может сильно отличаться в зависимости от носителя стиля.

Определяющими качествами современного танца можно назвать неопределенность, плюрализм индивидуального самовыражения, либерализация тела. Движения основаны на принципе жесткой дисциплины и отношении к телу как к послушному инструменту. Поиск новых способов коммуникации и новой индивидуальной пластики стали эстетическим императивом многих хореографов. Необходимо вспомнить Айседору Дункан, Марту Грэм, Рудольфа фон Лабана и др. [5, с. 15].

В белорусском современном танце наблюдается поиск новых путей развития, совершаются активные попытки его популяризации. Подтверждением является появление театра танца «D.O.S.ZK.I» (рук. Д. Залесский, О. Скворцова, г. Минск), бюджетное финансирование группы современной хореографии «ТАД» (рук. Д. Куракулов, г. Гродно).

Значительную роль в развитие белорусского Contemporary Dance сыграл Международный фестиваль современной хореографии в Витебске (IFMC–\$5nternational Festival of Modern Choreography). Последний проводится ежегодно во второй половине ноября с 1987 г. Данный фестиваль действительно является событийным мероприятием в сфере туризма и включает бесплатные спектакли, конференции, открытые дискуссии, кинопоказы. Вариативность привлекает большее количество заинтересованных. Основным событием является международный конкурс (раз в два года, чередуется с белорусским конкурсом современной хореографии).

По IFMC можно проследить процесс развития белорусского Contemporary Dance. На этом фестивале собирались ведущие коллективы современного танца: «Свободный балет» Николая Огрызкова, «Балет Евгения Панфилова», «Провинциальные танцы» Татьяны Багановой и др. Многие из них в Витебске получили признание и серьезную поддержку. Но главное, в полную силу

звучали голоса белорусских хореографов. Для многих участие в IFMC стало знаковым событием в творческой биографии. Этот фестиваль дает уникальную возможность для многих белорусских танцовщиков показать свои произведения широкой публике и специалистам, попробовать свои силы в творческом соревновании. Витебский фестиваль современной хореографии IFMC оказывает реальную практическую помощь в овладении различными современными техниками через организацию практических мастер-классов для всех участников [8, с. 21].

Современная хореография развивается в рамках как профессионального искусства, так и самодеятельного творчества. Развитие современного танца в Беларуси осуществляется благодаря мастер-классам, которые дают приглашенные преподаватели из разных стран. Среди коллективов, работающих в данном направлении в Беларуси, можно отметить театр современного танца «Менада» Алеся Максименковой, театр танца «KARAKULI» Ольги Лабовкиной, тетар танца «Альтана» Анны Корзик, театр танца «Skyline» Ирины Широкой, проект Дмитрия Беззубенко и др. Становлению и развитию современного танца в Беларуси способствует также изучение данного направления студентами кафедры хореографии Белорусского государственного университета культуры и искусств.

Одной из проблем развития танца контемпорари в Беларуси, как отмечает С. В. Гутковская, является некая замкнутость и эзотеричность. Современный танец в Беларуси нуждается в поддержке на государственном уровне. Требуется достойная система образования, такая как в сфере классического и народно-сценического танца в Беларуси. Нуждается в обретении социокультурного статуса, расширении зрительской аудитории. Медленное развитие белорусского Contemporary Dance связано с нехваткой профессиональных кадров и недостаточным количеством информации в области танцевального искусства. Все это остается нерешенной проблемой в хореографическом образовании страны [9, с. 3].

Видится необходимым также сделать акцент на инновационных подходах, в том числе на влиянии современных технологий на Contemporary Dance: видеоряд, видеонсталляции, кибернетика, новшества с использованием звука и света, а также компьютерных технологий, с одной стороны. С другой – все чаще современные хореографы обращаются к аутентичному, природному началу в человеке и акцентируют внимание на его движениях в танце. Так, фестиваль вносит что-то новое в культурную жизнь как отдельного региона, так и страны в целом, создается профессиональная площадка для специалистов и любителей. Положительный эффект событийных мероприятий в туризме однозначен, поскольку обогащает в целом туристскую деятельность, повышает активность того или иного региона, в том числе и способствует его экономическому благополучию.

Список использованных источников

1. Событийный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Событийный_туризм#:~:text=Событийный%20туризм%20—%20это%20вид%20туризма,д. – Дата доступа: 12.06.2022.
2. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону, 2008. – 252 с.
3. Виды событийного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glonasstravel.com/destination/vidy-turizma/sobyitnyj-turizm/>. – Дата доступа: 10.07.2022.
4. Что такое Contemporary Dance? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kvartalstudio.by/contemp/>. – Дата доступа: 28.02.2022.
5. Тарасова, Д. Н. Body and Belarus, Беседы о современном танце / Д. Н. Тарасова, В. А. Слижик, И. А. Слижик. – Минск : Медисонт, 2021. – 166 с.
6. Никитин, В. Ю. Современный танец или Contemporary Dance / В. Ю. Никитин // Academia: Танец. Музыка. Театр. Образование. – 2016. – № 4. – С. 77 – 96.
7. Современный танец [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://zilcc.ru/studios/sovremennyj-tanecz/>. – Дата доступа: 01.03.2022.
8. Уральская, В. Витебск вчера, сегодня, будет и завтра: размышления о фестивале современного танца / В. Уральская, Л. Гучмазова // Балет. – 2000. – № 1. – С. 23–25.
9. Гутковская, С. В. Сценическая хореография Беларуси на современном этапе: состояние и проблемы / С. В. Гутковская // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2008. – № 10. – С. 54–59.
10. Улановская, С. XVI Международный фестиваль современной хореографии в Витебске и некоторые проблемы отечественной хореографии в контексте культуры постмодернизма / С. Улановская // Вестн. молодеж. науч. общества. – 2004. – № 3. – С. 64–66.
11. Чурко, Ю. М. Линия, уходящая в бесконечность. Субъективные заметки о современной хореографии / Ю. М. Чурко. – Минск : Полымя, 1999. – 224 с.

Должук С. Г.,
аспирант Белорусского государственного университета,
ведущий специалист по музейному делу музея истории
Белорусского государственного университета

ДОСТУПНОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ О КОЛИЧЕСТВЕ АГРОЭКОТУРИСТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Современные тенденции развития экологического туризма были определены Всемирной туристской организацией (далее – ЮНВТО). По прогнозам этой организации, экологический туризм входит в число пяти основных стратегических направлений развития туризма. Сегодня экологический туризм охватывает примерно 25 % мирового рынка туризма. Согласно исследованию TripAdvisor, опубликованному в 2016 г., 30 % туристов в мире являются экотуристами. 70 % заявляли, что в следующем году они собираются выбрать экотуризм в качестве своего отдыха [6].

О росте интереса к экотуризму говорят и данные с российского рынка туристических услуг. За последние пять лет 42 % россиян ездили отдыхать в другие регионы России, причем 29 % делали это неоднократно. От 23 % до 25 % россиян в своих предпочтениях указывают различные виды активного отдыха на природе. У россиян есть запрос на знакомство с новыми местами и достопримечательностями, что может стать стимулом к поездке в нетуристические места – 49 %. 63 % россиян назвали природу наиболее интересным объектом для туризма [2].

В разных странах используются различные термины, схожие по смыслу с экотуризмом: природный туризм, мягкий туризм, зеленый туризм, ответственный туризм, агротуризм и т. д. Особенностью белорусского устойчивого туризма является уникальное сочетание сельского и экологического туризма с примесью культурно-познавательного и военно-исторического. Такой уникальный белорусский продукт получил название – агроэкотуризм. Агроэкотуризм – это форма экотуризма, целью которой является создание синергии между природным туризмом и сельским хозяйством.

В связи со сложившейся ситуацией в условиях пандемии COVID-19 туризм оказался одной из самых пострадавших сфер мировой экономики. Смягчить это удар помогает внутренний туризм. Внутренний туризм обеспечивает столь необходимый импульс для поддержки многих туристических направлений и предприятий и будет оставаться ключевым фактором восстановления в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Белорусские эксперты видят

потенциал агроэкотуризма и повышенный интерес путешественников к нематериальному культурному наследию страны. Летом 2020 г. туристический спрос на агроусадебный вырос почти вдвое по сравнению с 2019 г. [1]. Не имея возможности отдыха за рубежом, белорусские туристы сконцентрировались на достопримечательностях своей страны, и путешествия по Беларуси получили новый стимул к развитию.

На самом деле, высчитать конкретное число агроэкотуристов и его процент от общего числа туристов в Беларуси представляется маловероятным. Дело в том, что субъекты агроэкотуризма предоставляют данные о количестве обслуженных туристов, куда входят и туристы, и экскурсанты. Тогда как другие организации, осуществляющие туристическую деятельность, предоставляют данные по численности каждой из категорий посетителей. При этом в статистических данных Национального статистического комитета Республики Беларусь в категории агроэкотуризма не учитываются посетители особо охраняемых природных территорий, туристических баз и домов охотника и рыбака. Эти данные необходимо отдельно просчитывать и плюсовать к данным агроусадеб. Также статистика агроусадеб обобщает данные об организованных и неорганизованных туристах. Отсутствуют какие-либо достоверные данные о количестве посещений экологических троп и зеленых маршрутов. Не ведется подсчет и количества кемперов. Таким образом, мы можем посчитать только общее количество агроэкотуристов без разделения на категории – экскурсант и турист. А также высчитать условный процент от количества организованных туристов. Несмотря на отсутствие некоторых данных, цифры, представленные в статистических сборниках за последние 3 года (2019–2021 гг.), подтверждают повышенный интерес туристов к агроэкотуризму в Республике Беларусь.

В 2019 г. Беларусь посетило 405 472 иностранных туриста. Агроусадебные приняли 49 023, дома охотника и рыбака – 2 920, туристические базы – 5 563. Всего 57 506 иностранцев мы можем отнести к агроэкотуристам, что составило 14,2 % от потока. Среди граждан Беларуси это выглядит так: в туры в пределах страны было отправлено 1 106 852 белоруса. Из них 465 744 оставались в агроусадебных, 35 343 – в домах охотника и рыбака, 40 960 – на туристических базах. Общее количество – 542 047, что составляет 49 % [3].

Пандемия COVID-19 приостановила туристические потоки во всем мире, и в 2020 г. к нам приехало всего 80 972 иностранца. Агроусадебные приняли 9 130, дома охотника и рыбака – 1 025, туристические базы – 1 180. Всего 11 335, что составило все те же 14 %. А вот у белорусских туристов ситуация изменилась, поехать за границу они не смогли и сконцентрировали внимание на своей стране. Из тех, кто не закрылся дома, переживая пандемию, в путешествие отправилось 571 493. Агроусадебные приняли 424 164, дома охотника и рыбака – 39 861,

туристические базы – 26018. Общее число белорусских агроэкотуристов составило 490043, или 85,7 % от общего потока за 2020 г. [4].

На примере 2021 г. мы отчетливо видим повышение интереса иностранцев к экотуризму Беларуси. К нам приехало 71388 туристов. В агроусадебках остановились 12209, 1210 – в доме охотника и рыбака, 819 – на туристических базах. Всего 14238, или 19,9 %. А вот у белорусов пошел спад. Из 1187928 туристов, 551395 остановились в агроусадебках, 46689 – в доме рыбака и охотника, 35844 – на туристических базах. Всего вышло 633928, или 53,3 % [5]. Описанное выше процентное соотношение хорошо видно на рисунке 1.



Рис. 1 – Статистические данные об агроэкотуристах за 2019–2021 гг.

Несмотря на всестороннюю государственную поддержку и явный интерес к агроэкотуризму, общение с туристами показывает наличие проблем с информированием агроэкотуристов о возможностях путешествий в Республике Беларусь. Отсутствие оцифрованной достоверной информации о тех местах, которые доступны для агроэкотуристов, является системной проблемой. Лучше всего обстоят дела с поиском агроусадеб. У нас есть туристический сайт Holiday.by, каталог объявлений об аренде Nata.by, belgray.by, база усадеб agro-usadba.by и usadba.by и др. Трудности возникают, когда необходимо организовать активный экологический отдых. Здесь на первое место выходят заповедники и национальные парки, где поддерживается первоначальное природное состояние и чистота. Однако данные о посетителях особо охраняемых природных территорий не публикуются в статистических сборниках. Пример Российской Федерации, что занимает лидирующие позиции по абсолютной площади особо охраняемых природных территорий, которые в 2017 г. посетило около 11 млн человек [6], показал, что учет этих туристов

значительно повысит количественные и процентные данные об агроэкотуристах в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Выручка упала на 95 %, но паники больше нет: что происходит на рынке туризма в Беларуси [Электронный ресурс]: Онлайн-портал о бизнесе и предпринимательстве. – Режим доступа: <https://probusiness.io/markets/7656-vyruchka-upala-na-95-no-paniki-bolshe-net-cto-proiskhodit-na-rynke-turizma-v-belarusi.html>. – Дата доступа: 25.08.2022.
2. Новые магниты глубинной России: как привлечь россиян в нетуристические места? [Электронный ресурс]: Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – Режим доступа: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/V.Fedorov_Neturisticheskie_mesta.pdf. – Дата доступа: 25.08.2022.
3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, [2015—2019]: буклет / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск : [б. и.], 2020. – 30 с.
4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, [2016—2020]: буклет / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – 31 с.
5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: буклет / [И. Г. Чигирева]. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2022. – 29 с.
6. Экотуризм занял четверть мирового рынка путешествий [Электронный ресурс]: Международная информационная группа «Интерфакс». – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/world/656328>. – Дата доступа: 17.08.2022.

Заруцкий С. А.,

кандидат географических наук, доцент,
заведующий кафедрой туризма и страноведения учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

МЕСТНЫЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Для многих туристов гастрономия является одним из важнейших элементов получения туристических впечатлений. В ее основе лежит значительный потенциал, который делает туристический продукт более разнообразным и привлекательным. В настоящее время под гастрономическим туризмом принято понимать поездки в разные страны и регионы, где одной из основных целей является знакомство с кулинарными традициями, культурой питания, отдельными продуктами той местности, которую посещает турист [1].

Гастрономия включает в себя сочетание различных продуктов, видов деятельности и услуг. Все это подчеркивает уникальность и традиции определенного места, с помощью представления типичных продуктов и рецептов региона, а также используя талант и потенциал готовящих людей.

Гастрономические туры в первую очередь связаны с посещением продуктовых ярмарок и рынков, производителей продуктов питания, а также гастрономических фестивалей, которые являются одной из форм презентации кулинарных традиций определенной местности. Гастрономические фестивали – это массовые события, которые привлекает местных жителей и туристов с целью знакомства с обычаями и традициями, участия в различных конкурсах и дегустации блюд. Они создают новый импульс к знакомству с различной гастрономической продукцией, а также внедряют новые или возрождают утерянные модели потребительского поведения в области гастрономии.

В настоящее время в Республике Беларусь местные гастрономические традиции не в полной мере используются для создания инновационного туристического продукта, несмотря на то, что наследие белорусской национальной кухни имеет значительный потенциал для того, чтобы стать важным элементом для развития внутреннего культурно-познавательного туризма.

Брестская область является регионом, где хорошо сохранились традиции белорусского народа. Они формировались под влиянием факторов, обусловленных географическим положением территории. В разных районах Брестской области можно выделить свои отличительные традиционные черты, характерные для определенной местности. Своеобразие региональных особенностей определялось природно-климатическими и историческими особенностями,

спецификой хозяйственных занятий и производственной культурой человека. Характер расселения и природопользования, традиции сельскохозяйственного производства оказали существенное влияние на формирование местных гастрономических традиций того или иного района Брестской области [2].

На территории Брестской области исторически сохранились уникальные традиции и технологии производства отдельных продуктов питания и блюд местной полесской кухни. Среди регионов Беларуси Брестская область может похвастаться местными уникальными продуктами и блюдами, которые могут привлечь внимание туристов. Регион знаменит производством колбас и мясной продукции, молочной продукции (бренд «Савушкин продукт»), традициями выращивания огурцов и томатов, клубники, малины и голубики. На территории Брестской области есть все условия для организации и проведения гастрономических туров, которые ознакомят туристов с местными продуктами и традициями приготовления блюд национальной кухни.

В настоящее время ведущим в сфере гастрономического туризма Брестской области является Ивановский район, где сохранились уникальные технологии производства мясной продукции, приготовления колбас и других блюд по рецептуре местных жителей. Главным гастрономическим центром района является аг. Мотоль, который знаменит на всю страну изготовлением широкой «кулинарной палитры» традиционных блюд Белорусского Полесья (колбасы, мясные и рыбные изделия, выпечка, сыр, мед, квас, хлеб). Только здесь готовят «Мотольскую шурпу» – сытный суп, в состав которого входят много мяса и свиные субпродукты (сердце, легкое и др.), при этом все ингредиенты варятся поэтапно. Ежегодно в августе в аг. Мотоль проводится один из самых известных кулинарных фестивалей в Беларуси – гастрономический фестиваль «Мотальскія прысмакі» [3]. Фестиваль представляет собой своеобразный праздник-конкурс блюд кухни Полесья. Здесь гости имеют возможность ознакомиться со старинными, уникальными кулинарными традициями Белорусского Полесья, а также продегустировать блюда, пироги и колбасы хозяек аг. Мотоль. Иностранные гости в ходе праздника оценивают качество продукции и блюд, отмечают огромное разнообразие, натуральную основу и безупречный вкус.

В д. Стрельно Ивановского района располагается музей «Дом травника», в котором можно ознакомиться с полесскими народными традициями знахарства целебными травами. В доме травника расскажут и подберут целебный травяной сбор от желудочных, кишечных, сердечных, простудных заболеваний, поделятся иммунными и витаминными сборами. В арсенале – более сотни народных рецептов.

Восточные районы Брестской области специализируются на выращивании овощей, ягод, сборе лесных ягод (черники и клюквы). Столинский район славится выращиванием таких овощей, как огурцы, помидоры, помидоры-черри, болгарский перец. Овощи поставляются в магазины по всей ре-

спублике, также они идут на экспорт в Россию. Ведущим центром овощеводства района является д. Ольшаны, за которой уже давно закрепилось название «огуречная столица Беларуси».

Значительную часть территории Столинского района занимает ландшафтный заказник «Ольманские болота», располагающий значительными площадями болотных угодий произрастания клюквы. Ежегодно здесь собирают тонны клюквы, которая славится множеством полезных свойств. В д. Ольманы ежегодно проходит международный фестиваль клюквы. Здесь собираются любители данной ягоды и делятся рецептами приготовления, рассказывают о целебных свойствах клюквы.

Лунинецкий район специализируется на выращивании клубники. Главным центром данного промысла является д. Дворец («клубничная столица Беларуси»). Именно в данной деревне на протяжении времени сбора клубники действует крупнейший в стране рынок клубники. Благодаря большому количеству солнечных дней и особым почвам, местная ягода получается особенно вкусной и ароматной. В настоящее время эта ягода стала неофициальным символом не только для д. Дворец, но и для всего района. Ежегодно в д. Дворец в конце июня проходит ягодный фестиваль «Лунінецкія клубніцы». В районе есть деревня Межлесье, которую по праву можно назвать «морковной столицей». У крупных владельцев фермерских хозяйств морковью засажены сотни гектаров.

Ганцевичский район специализируется на выращивании овощей, ягод и сборе клюквы. На экспериментальной базе «Журавинка» работают с 60 сортами голубики, 17 из которых внесены в государственный реестр. В фермерском хозяйстве «Синяя птица» под голубичные посадки отведено примерно 150 гектаров. Клюква здесь имеет повсеместное распространение, применение для этой ягоды нашли в различных блюдах. Жители Ганцевичского района нашли применение клюкве и разработали технологию «Клюзюма» и клюквенного кетчупа.

В Каменецком районе и в Беловежской пушке сохранились традиции бортничества, сбора натуральных трав для натурального чая. В агроусадьбе «Лесная» (д. Белая) для гостей демонстрируют традиции белорусского чаепития. В чай кладут более 7 видов трав: мяту, Melissa, душицу, шалфей, листья смородины и липы, ягоды шиповника, рябину и другое. Беловежская пушка является одной из 11 мест в Беларуси, где самогон гонят легально. Секрет самогона – в особой чистой воде из пушанского источника 36 метров глубиной. Уникальным продуктом Беловежской пушки является настойка на траве зубурвке. Также на территории пушки можно попробовать настойки на шиповнике, калине и бальзамы.

Традиции изготовления гречневого хлеба на территории Малоритского района придан статус нематериального культурного наследия. Гречневый хлеб в Малоритском районе пекут во многих деревнях. Процесс приготовления хлеба трудоемкий, состоит из четырех стадий: приготовление опары, выдержка, замешивание теста и выпекание.

Особое место в популяризации местных гастрономических традиций занимают агроусадьбы и значительная часть заведений общественного питания региона, которые специализируются на использовании местных продуктов и приготовлении блюд по традиционным рецептам. Некоторые заведения настолько увлечены белорусским колоритом, что используют элементы белорусского стиля в оформлении залов. Кафе и рестораны Брестской области в свое меню включают всевозможные варианты приготовления драников (с поджаркой, с луком, с грибами), также мясные блюда (запеченная рулька, жаркое из дичи, ребрышки, колбаски,) из мучного в меню представлены пельмени с различной начинкой. Некоторые кафе предлагают посетителям попробовать старобелорусские, малоизвестные блюда, такие как «Верашчака старабеларуская», «Кашанка с луком», «Мачанка с драниками» и др.

Проведенные социологические исследования по изучению туристических предпочтений при организации гастрономических туров показывают, что основная цель такого путешествия – знакомство с местной кухней, которое может быть дополнено экскурсиями по усмотрению туристов и туроператоров. Более 50 % респондентов выбрали ответ, что туристам будет интересно не только дегустация местных блюд, но и научиться их готовить. Еще 20 % респондентов предложили в качестве элемента гастрономического тура включить посещение производственных предприятий по изготовлению отдельных продуктов питания.

Таким образом, Брестская область имеет все необходимое для организации как индивидуальных, так и групповых гастрономических туров. Каждая местность обладает необходимым набором гастрономических традиций для развития данного вида туризма. Все эти элементы могут стать условием для организации кулинарных фестивалей, мастер-классов, различных дегустаций во время экскурсии.

В целом Брестская область имеет достаточный потенциал для развития гастрономического туризма. В каждом районе Брестской области, помимо кулинарных традиций, сохранились и другие элементы культуры белорусского народа, которые в совокупности дают возможность для создания уникального туристического продукта.

Список использованных источников

1. Буценко, Е. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме / Е. Д. Буценко // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33. – С. 56–60.
2. Локотко, А. И. Историко-культурные ландшафты Беларуси / А. И. Локотко. – Минск : Белорусская наука. 2006. – 470 с.
3. Международный кулинарный фестиваль «Мотальскія прысмакі» / Белорусский экскурсионный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pda.ekskursii.by/?Mezhhdunarodnyj_kulinarnyj_festivali_Motaliskiya_prysmaki – Дата доступа: 05.04.2022.

Калашникова А. В.,
доцент кафедры менеджмента
социально-культурной деятельности учреждения образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЕ ПРОСТРАНСТВО ТЕАТРАЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК ФАКТОР САМОРАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ ТУРИСТОВ

В Год исторической памяти в Беларуси и современных сложных социально-политических и эпидемических условиях в мире актуальными становятся не только проблемы организации новых видов и направлений туристско-экскурсионной деятельности, но и вопросы формирования ценностно-смысловых составляющих образа мира участников туристической деятельности. Тенденции развития туризма порождают потребность в научном осмыслении ценностно-смыслового пространства культуры повседневности и изменений в мотивации личности, которыми обусловлено участие человека в туристско-экскурсионной деятельности. **Цель статьи** – выявить особенности формирования ценностно-смыслового пространства театрального туризма как фактора саморазвития личности туриста и обосновать возможности для развития данного сегмента в отечественной индустрии впечатлений.

Театральный туризм как явление культуры и сегмент индустрии развлечений наименее изучен в философии культуры, а также редко выступает предметом исследования культурологов и социологов, поскольку традиционно деятельность театров представляет сферу искусствоведческих исследований. Однако искусствоведы акцентируют внимание на художественно-творческих аспектах театрально-постановочного процесса без глубокого учета потребностей зрителя – конечного потребителя театральных услуг. Исследования белорусских ученых в сфере изучения театральной среды и потребностей зрителя (Р. Л. Бузук, Т. Н. Бабич, В. Е. Жидович, А. В. Калашникова, С. А. Пациенко, А. М. Стельмах и др.) в последние годы несколько исправили ситуацию, но проблема формирования мотивации участников туристско-экскурсионной деятельности и развития театрального туризма в республике пока остается.

На актуальность исследования темы *ценностно-смыслового пространства туризма* указывают работы в различных областях научного знания (психологии, филологии, маркетинге). Например, в лингвистике появился целый ряд исследований, связанных с осмыслением концептов индустрии гостеприимства. Так, филолог Чжан Мянъ в диссертации «Репрезентация концепта «гостеприимство/好客» в русской и китайской лингвокультурах», рассматривая представление о концепте «гостеприимство» в русской

и китайской языковых картинах мира, выявляет как сходные черты, так и национально-специфические особенности, отражающие национальное мировидение, национальный менталитет. Чжан Мянь утверждает, что «для русского гостеприимства характерна объективизация понятия «широта русской души», а в китайском языке эксплицированы стереотипные черты характера китайцев (сдержанность, следование этикету) и особенности культуры [4, с. 7] ». Отметим, что гостеприимство отражает представления о приоритете нравственных качеств в гостевом этикете и является нравственно-этической ценностью для белорусского народа, о чем также свидетельствует соответствующий лексико-фразеологический и паремиологический материал.

В период пандемии онлайн-режим путешествий, виртуальных экскурсий по музеям, историко-культурным объектам и театрам (просмотр онлайн-спектаклей) позволил сохранить интерес к туризму, но следует признать, что виртуальный туризм не отменяет, а лишь *подменяет* желание любознательной личности получить уникальный и необходимый опыт погружения в собственную и иную культуру. Онлайн-туризм не может дать непосредственного полноценного физического соприкосновения с объектами историко-культурного наследия, чувственно-сенсорного и эмоционального контакта с окружающей средой и ее пространственно-временными параметрами.

Российский психолог А. В. Черданцева выделила *три группы туристов*: редко путешествующие, путешествующие время от времени (с регулярностью примерно один раз в год), активно путешествующие (несколько раз в год). Автор отмечает, что личность человека, участвующего в путешествии, претерпевает ряд изменений, связанных с преобразованием образа мира или собственной картины мира, которые появляются под влиянием коммуникативных и личностных особенностей носителей культуры посещаемой туристом местности.

Понятие «*образ мира*» было введено в научный лексикон А. Н. Леонтьевым в 70-х гг. XX в. и приравнивается к таким категориям, как «картина мира», «познавательная карта», «схема реальности» и др. Таким образом, исследователи «обозначают «субъективную» (амодальную) составляющую образа мира как значения, смыслы и ценности предметов, а объективная сторона образа мира образуется отражением в сознании предметов и явлений окружающего мира. <...> Туристическое путешествие «сталкивает» привычную картину мира человека с тем вновь увиденным, которое нуждается в наделении определенными смыслами или ценностью как высшим смыслом, что обеспечивает изменения в первоначальном образе мира человека [3, с. 152] ».

Данные психологического исследования, опубликованные в статье А. В. Черданцевой «Ценностно-смысловые составляющие образа мира участника туристической деятельности», позволяют представить активного тури-

ста как личность с определенными ценностными ориентациями и выявить тенденцию к возрастанию и расширению роли *ценностей самоактуализации в жизни современного индивида*, стремлении гибко и осмысленно строить свою жизнь, ориентируясь на постановку цели и достижение результата [3, с. 154]. Автор исследования подчеркивает значение формирования ценностно-смысловой сферы личности в процессе социализации и инкультурации участников туристической деятельности. Применительно к белорусскому обществу ценностно-смысловая сфера личности базируется, на наш взгляд, на общечеловеческой нравственности, национальной нравственности, глубоком уважении к белорусской культуре и любви к своему отечеству (рис. 1).



Рис. 1 – Содержание ценностно-смысловой сферы личности

Формирование ценностно-смысловой сферы личности на протяжении многих веков было тесно связано с театральным искусством. Театр сегодня – это, в первую очередь, национальная драматургия и обмен живыми эмоциями. Театральные представления привлекают массового и индивидуального туриста, который во время своего путешествия хочет ознакомиться с культурной жизнью места назначения, пообщаться, посетить театральную премьеру, а не прочесть о ней в интернете или посмотреть в онлайн-трансляции. Известными туристическими театральными объектами являются оперный театр Ла-Скала (Милан, Испания), театальный квартал на Бродвее (Нью-Йорк, США), Мариинский театр оперы и балета (Санкт-Петербург, Россия) и др.

Театральный туризм – специальный вид туризма и перспективное направление деятельности в индустрии развлечений. **Театральный туризм** представляет собой деятельность по организации тура с посещением театров, театральных фестивалей, осуществлением экскурсий в театральные музеи, встречи с актерами, режиссерами, деятелями театра и сами путешествия. Выделяют следующие *категории театрального туризма*:

- внутренний и въездной театральный туризм в пределах страны;
- национальный театральный туризм: внутренний и выездной;
- международный театральный туризм: въездной и выездной.

В статье белорусского искусствоведа А. В. Калашниковой «Развитие театральной среды в населенных пунктах и устойчивое развитие территорий» отмечается, что целям устойчивого развития территорий может содействовать решение проблемы формирования открытой театральной среды и, соответственно, могут быть востребованы проекты, существующие на стыке театрального искусства и социального анализа. Автор статьи указывает, что для развития театрального туризма необходимо особое ценностно-смысловое пространство *культуры повседневности*, которое стимулирует *интенсивность* театральной среды:

- развитие частной театральной инициативы;
- доступность художественно-театрального предложения;
- театрализация личностно-повседневного бытия и др. [1, с. 253].

Отмечается, что в соответствии с требованиями времени необходимо обеспечить развитие активной предпринимательской инициативы в театральной сфере, государственно-частного партнерства (например, государственный театр – частное турагентство). Положительными примерами являются театральные экскурсии туристической компании «Виаполь» (знакомство с театральным закулисем), «Ekskursii.by» (ЧНПУП «Автоматизированные технологии туризма») – белорусского туроператора, который предлагает вместе с турами посещение событий, например, «Летних музыкальных вечеров» в Мирском замке и др.

Театральный туризм является уникальным видом *событийного туризма*, так как он неисчерпаем по содержанию. Важнейшими *особенностями* театрального туризма как сферы событийного туризма являются следующие:

1. Неповторимость события, придающая особенную ценность и уникальность событийным турам.
2. Относительно короткий период событийных мероприятий.
3. Локализация событийных мероприятий в определенных точках – центрах событий.
4. Многократно повышенная мотивация туристов.
5. Кооперация с индустрией развлечений, турбизнеса, инфраструктурой города и транспортной логистикой при создании конечного турпродукта и др.

В Республике Беларусь событийный туризм, приносящий *высокую прибыль* в мире, широкого развития еще не получил, а пандемия еще более усугубила ситуацию в 2020–2021 гг. Однако уже сегодня необходимо снова вернуться к задаче формирования общественно значимых событий, привлекающих не только отечественных, но и зарубежных туристов. Основные преимущества театрального туризма – его *всесезонность* и стабильная *доходность*. Среди

мотивов событийного туризма О. Н. Корхова выделяет желание оригинально отметить важное семейное событие, например, свадьбу, юбилейную дату бракосочетания, день совершеннолетия, организовать совместный досуг с детьми и др. Свадебные путешествия и другие путешествия, приуроченные к важным семейным событиям, относят к событийному туризму и имеют устойчивый спрос на подобные туры [2, с. 75].

К *преимуществам* театрального туризма можно отнести фактор постоянного обновления: ежегодно он пополняется новыми событийными турами. События для организации театрального туризма в Беларуси разнообразны и его пространство постоянно и активно дополняют форматы театрально-обрядовой деятельности (например, праздник Купалье во многих регионах страны), фестивальной деятельности, театрализованные косплеи, велокарнавалы, масштабные паратеатральные мероприятия, к которым можно отнести военно-историческую реконструкцию (военно-исторический фестиваль «Березино» в мемориальном комплексе «Брилевское поле» в Борисовском районе), а также различные мероприятия, направленные на военно-патриотическое воспитание, как, например, реконструкции боев, поисковые квесты, театрализованные исторические викторины и другие формы культурно-досуговых программ в историко-культурном комплексе «Линия Сталина» в Минске. Используются популярностью у туристов спектакли-променады (театральные аудиоспектакли с путешествием по знаковым местам города), экскурсии формата «backstage», которые открывают туристам театральное закулирье. Многие театры республики (особенно кукольные) сегодня имеют собственные музеи, регулярно организуют встречи с деятелями театра и работу театральных гостиных, направленных на постоянную коммуникацию со зрителем. Следовательно, имеются возможности для развития семейного театрального туризма.

Однако *классический театральный тур* предполагает посещение театрального спектакля в определенном профессиональном театре и конкретном городе.

В системе Министерства культуры Республики Беларусь работают 28 профессиональных коллективов: 2 музыкальных, 19 драматических, 7 кукольных. Четыре театра имеют статус национального и с успехом гастролируют по всему миру. Ежегодно проходит 9012 театральных показов, 30 гастрольных поездок, 5000 спектаклей демонстрируется на стационарных площадках и 130 премьер посещают зрители. Беларусь имеет высокие показатели по обслуживанию населения театральными услугами и является лидером по посещаемости на один театр среди стран СНГ [2, с. 74].

Туристы, посещающие регион с целью стать участником театральной премьеры, являются потенциальными потребителями и других видов

туризма в регионе. Но для дальнейшего развития данного направления необходимы создание национального туроператора, специализирующегося на театральном туризме; скоординированная работа маркетинговых отделов театра и национальных туроператоров; разработка индивидуальной программы пребывания туриста в Беларуси; групповые и индивидуальные трансферы; возможность онлайн-бронирования билетов на спектакли из-за границы и др.

Конкурентным преимуществом Беларуси для развития культурно-познавательного и театрально-событийного туризма является выгодное географическое положение страны. Оно проявляется в том, что наша страна расположена рядом с Западной Европой – крупнейшим в мире районом формирования спроса на туристические услуги, генерирующим около 58 % международных путешествий. В результате своего географического положения Беларусь находится на пересечении оживленных транзитных путей (Западная Европа – Россия и Балтия – Причерноморье), граничит с Польшей, Литвой, Латвией, Россией и Украиной. Пересечение страны трансъевропейскими транспортными коридорами № 2 (Париж – Берлин – Варшава – Брест – Минск – Орша – Москва) и № 9 (Хельсинки – Санкт-Петербург – Витебск – Могилев – Гомель – Киев – Одесса) обеспечивает значительные транзитные потоки с существенным потенциальным объемом спроса на кратковременные программы туристско-экскурсионного обслуживания. Введение безвизового въезда для граждан соседних государств в летний период явился важным стимулом для работы театров в летний сезон, активизации практики летних выступлений на площадках наших объектов историко-культурного наследия. Например, большим успехом летом у туристов пользуются традиционные театральные проекты в замковых комплексах: «Фестиваль оперного и балетного искусства» в Несвиже, «Вечера Большого театра в замке Радзивиллов», «Вечера балета» и «Летние музыкальные вечера» Белорусского государственного академического музыкального театра в Мирском замке.

Для *приграничного* театрального туризма характерна высокая составляющая краткосрочных туров, а также экскурсионного (однодневного) туризма. Общность исторического прошлого и языка с соседними государствами и желание построить снова добрососедские отношения также могут служить основой для разработки совместных *трансграничных театральных туров*, которые будут проходить по территориям нескольких государств (общей темой может быть история, жизнь и деятельность известных личностей). Ведь в белорусских театрах можно увидеть ряд произведений, рассказывающих об *исторических персонах*, значимых как для нас, так и наших соседей, например, балет «Витовт» о князе Великого Княжества Литовского в Большом театре оперы и балета Беларуси; спектакли «Каласы пад сярпом тваім» в Республиканском театре белорусской драматургии (РТБД) и «Кастусь Калинов-

ский» в Белорусском академическом драматическом театре им. Якуба Коласа о деятельности К. Калиновского; постановка «Кар'ера доктора Рауса» в РТБД о жизни Ф. Скорины; кукольный спектакль «Мастак. Вяртанне ў Віцебск» Витебского театра кукол «Лялька» о творческом пути художника М. Шагала и др.

Театральный туризм поможет сформировать образ мира современной самоактуализирующейся личности (согласно А. Маслоу такой личности свойственно желание самореализоваться, стремление воплотить в действительность все собственные возможности). Проанализируем, каким образом театральный туризм формирует черты, присущих самоактуализированным личностям.

Реализм. Самоактуализированные люди, как правило, принимают себя и окружающих такими, какие они есть на самом деле. Поэтому быстро происходит социализация и адаптация участников театрального туризма, ведь они находятся в среде людей, которые могут быть очень разными по возрастным и другим социальным параметрам, но объединенных общими целями и интересами.

Свобода от влияния моды, актуальных потребностей, предрассудков, стереотипов, свойственная самоактуализированным личностям, обуславливает выбор таких людей (или ставших на путь саморазвития) в пользу театрального туризма, пусть еще мало популярного у большей части населения.

Спонтанность, естественность и простота, свойственная самоактуализированным людям, помогает их туристской мобильности (быстро собрались и поехали). Поэтому театральный туризм с его постоянным обновлением им не наскучит и сформирует необходимую современному человеку мобильность. Особенно это актуально для экстравертов. Но и интроверты могут раскрыть для себя богатые возможности театрального туризма.

Способность находиться в одиночестве. Многие самоактуализированные люди (особенно интроверты) нуждаются в уединении: им необходимо побыть наедине со своими мыслями. Театральное действие предполагает углубление зрителя в себя, в собственные переживания, однако важна и последующая рефлексия о спектакле с такими же заинтересованными единомышленниками. Эту возможность позволяет обеспечить правильно организованный театральный туризм (обсуждение после спектакля, опрос или организация дискуссии на обратном пути, привлечение специалистов театра в экскурсионную группу, организация конкурсов для знатоков театра и др.).

Свежесть восприятия. Самоактуализированные люди способны находить новое в том, что им уже давно известно. Они могут смотреть одни и те же театральные постановки под разным углом зрения, с разными участниками спектакля. Для них не характерен «замыленный взгляд», и театральный

туризм позволяет сформировать из туристов настоящих поклонников театра, способных компетентно сравнивать художественный уровень сценических произведений в разных театрах нашей страны, посещать одни и те же города, но с возможностью видеть премьерные показы спектаклей.

Деловая направленность. Самоактуализированные люди заняты не собой, а стоящей перед ними задачей. Театральные практики предлагают сегодня множество форм (интерактивный театр, форум-театр, флешмоб, перформанс и др.), в которые могут активно вовлекаться участники театрального туризма.

Устойчивость под воздействием фрустрирующих факторов. Если человек чувствует, что какая-то его потребность не может быть удовлетворена в полной мере, он переживает это относительно спокойно – это тоже важная черта самоактуализированной личности. Именно такие модели поведения в условиях жизненного конфликта и стресса представляют зрителю герои театральных произведений. Театральный туризм – это своего рода арт-терапевтическая практика.

Предельные переживания свидетельствуют о развитой чувственной сфере самоактуализированной личности. Живые переживания в процессе театральной постановки (катарсис, сотворчество «артист – зритель») заряжают этих людей энергией и вдохновляют поделиться эмоциями с другими. Впоследствии отражение впечатлений туристов в фотографиях, комментариях в соцсетях и устных рекомендациях (WOM-маркетинг или сарафанное радио) будут служить развитию театрального туризма и продвижению театров страны.

Чувство общности со всем человечеством. Самоактуализированные люди ощущают, что они причастны к чему-то большему, поэтому коллективное посещение экскурсий и просмотр спектаклей является важной частью их жизни и досугового поведения.

Способность учиться новому у других. Люди, которые действительно стремятся к самореализации, пытаются чему-то научиться у каждого, в том числе у героев спектаклей. Самоактуализированный человек находится в непрерывном развитии, и театральный туризм поможет ему в постановке новых целей и их достижении.

Креативность. Даже если самоактуализированный человек занят не в творческой сфере, театральное искусство способствует развитию креативности его личности, потому что современный театр полон ярких экспериментов.

Наличие устойчивых моральных норм. Самоактуализирующиеся личности имеют свои четкие убеждения. Театр – это социальный институт. Деятельность государственных театров всегда направлена на формирование общественно-одобряемых идеалов, патриотизма, уважения к традициям куль-

туры и истории страны. Например, в Год исторической памяти в репертуаре всех театров Беларуси есть постановки, отражающие разные периоды богатой истории нашей страны. Этот факт может быть основой для создания практически ежемесячного внутреннего театрального туризма исторической направленности. Учитывая, что в республике 28 государственных театров, можно практически два раза в месяц в компании единомышленников отправляться в театральный тур в разные города нашей страны. Отметим, что самоактуализированные люди всегда погружены в отечественную культуру, хотя и могут иметь критическое отношение к ней. Но они трезво оценивают ее положительные и отрицательные стороны, без несправедливого высмеивания.

Конечно, это идеальный портрет, и самоактуализированная личность может соответствовать не всем перечисленным пунктам. Однако театральный туризм и его ценностно-смысловое пространство способствует формированию личности участников экскурсионно-туристской деятельности, стремящихся к постоянному саморазвитию. В туристической деятельности такие туристы ищут больше, чем просто смену впечатлений.

Таким образом, театральный туризм тесно связан с саморазвитием личности, популяризацией культуры нашей страны, деятелями театра, историй и традициями регионов, развитием городской театральной среды и может представлять значимую статью дохода национальной экономики.

Список использованных источников

1. Калашникова, А. В. Развитие театральной среды в населенных пунктах и устойчивое развитие территорий / А. В. Калашникова // Социологический альманах. – Минск : Белорусская наука, 2018. – № 9. – С. 250–257.
2. Корхова, О. Н. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь / О. Н. Корхова // Туризм и гостеприимство. – 2016. – С. 72–77.
3. Черданцева, А. В. Ценностно-смысловые составляющие образа мира участника туристической деятельности / А. В. Черданцева // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Педагогические науки. – № 5, 2009, – С. 151–154.
4. Чжан Мянью. Репрезентация концепта «гостеприимство / 好客» в русской и китайской лингвокультурах : автореф. дис. ... канд. филологич. наук : 10.02.20 / Мянью Чжан; ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет» – Уфа, 2017. – 26 с.

Лабоцкая А. А.,
магистр юридических наук, младший научный сотрудник
государственного научного учреждения
«Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси»

КАРАВАНИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь обладает необходимыми ресурсами для развития альтернативных видов туризма. Регионы Беларуси имеют выраженные природные и культурные особенности, которые формируют уникальный региональный туристический продукт.

Уникальное культурное наследие, которое формировалось под влиянием особого геополитического положения на стыке западной и восточной цивилизаций, является основой для развития культурно-познавательного туризма в Республике Беларусь. Так, к культурному наследию относятся: крепости и замки, дворцово-парковые ансамбли и родовые усадьбы, храмы и монастыри, уникальные уголки нетронутой природы, старинные инженерные сооружения, музеи и этнографические деревни, а также жизнь, общественная и политическая деятельность ряда личностей, известных в мировом масштабе и являющихся значимыми персоналиями, в том числе для других народов [1].

В Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь [1] содержится подробная информация о следующих видах туризма:

- 1) агрозкотуризм;
- 2) активный туризм;
- 3) гастрономический туризм;
- 4) деловой (MICE) туризм;
- 5) культурно-познавательный туризм;
- 6) лечебно-оздоровительный туризм;
- 7) медицинский туризм;
- 8) ностальгический туризм;
- 9) образовательный туризм;
- 10) охотничий туризм;
- 11) промышленный туризм;
- 12) религиозный туризм;
- 13) событийный туризм;
- 14) экологический туризм.

В Законе Республики Беларусь «О туризме» [2] не закреплены виды туризма и их определения. Однако ст. 5 новой редакции Закона Республики Беларусь «О туризме» [2], которая вступает в силу с 1 января 2023 года, посвящена Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь. Данная

классификация будет включать перечень видов туризма, развиваемых в Республике Беларусь, и их классификационные признаки. Порядок ее формирования и ведения устанавливается Советом Министров Республики Беларусь.

На официальном интернет-портале Президента Республики Беларусь [3] указаны виды туризма, которые наиболее активно развиваются в Республике Беларусь: историко-культурный, агротуризм, экологический, охотничий, орнитологический, религиозный, ностальгический, спортивный, лечебно-оздоровительный, гастрономический, медицинский, событийный, деловой, промышленный, автотуризм, велосипедный, археологический.

Общую информацию о некоторых видах туризма можно найти в сети Интернет на различных сайтах (например, <https://www.belarustourism.by/blog/osnovnyey-vidy-turizma-v-belarusi/>, <https://belarusfacts.by/ru/belarus/tourism/types/>). В связи с новой редакцией Закона Республики Беларусь «О туризме» [2] и созданием Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь имеется необходимость в доработке официального портала Национального агентства по туризму (<https://www.belarustourism.by>) и сайта Министерства спорта и туризма Республики Беларусь (<https://www.mst.gov.by/ru/>) путем создания соответствующих разделов (вкладок).

Среди большого количества различных видов туризма следует выделить автомобильный туризм.

Автомобильный туризм – это путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль [4].

Первые путешествия на личном автотранспорте стали совершаться по мере развития автомобильной промышленности в начале XX в., но наибольшую популярность этот вид туризма приобрел в послевоенное время. В этот период автомобильные компании стали активно выпускать новые модели личного транспорта, а государства – строить протяженные автостреды. Наиболее динамично автотуризм развивался в США, где в середине XX в. в связи со стремительным ростом благосостояния граждан и налаженным автомобилестроением путешествия на личном транспорте приобрели массовый характер [4].

Т. М. Валькова, А. Д. Шабалин, Н. В. Шабалина в своем исследовании выявили проблемы развития автомобильного туризма в Российской Федерации и предложили разработать Концепцию развития автомобильного туризма в Российской Федерации, в которой отражены основополагающие принципы, идеи и подходы к формированию политики развития автотуризма на территории Российской Федерации [5, с. 64–65].

К направлениям автомобильного туризма относятся:

- караванинг,
- поездка выходного дня,
- переезд с ночевками в гостевых заведениях,

- «палаточный» трип,
- путешествие всего к одной достопримечательности,
- зимнее автомобильное путешествие,
- экспедиция,
- сафари,
- джиппинг.

Караванинг является одним из альтернативных видов туризма.

Караванинг – это автомобильный туризм с проживанием в автодоме или прицепе. Караванинг происходит от английского caravan – «фургон, вагончик». Понятие-синоним RVing – от английского recreational vehicle – «транспортное средство, предназначенное для отдыха и развлечения» [6]. Сами субъекты такого путешествия называются караванерами. Данный вид туризма является одним из самых популярных в Европе и США, где существует развитая система кемпингов [7]. Это связано с экономической стабильностью регионов, развитием дорожной инфраструктуры и технологий мобильных жилищ. С отраслевой точки зрения, караванинг – это целая индустрия, включающая производителей домов на колесах, прокатные компании, сервисные станции, кемпинги, туристические фирмы [6].

В Республике Беларусь караванинг также нашел свою аудиторию и постепенно набирает популярность, несмотря на то, что в настоящее время тема кемпингов и стоянок для караванеров развита слабо. А. Н. Шлотгауэр в своем исследовании указал основные препятствия на пути современных туристов-караванеров и меры решения этих затруднений [7].

В последние годы туристы все больше предпочитают самостоятельные путешествия, чем туры, сформированные туристическими агентствами. На официальном туристическом портале Беларуси (<https://belarus.travel/plan-your-trip>) можно спланировать свое путешествие по местам, которые обязательно понравятся. На российском сайте (<https://rvland.ru/explore/belarus/>) есть карта кемпингов в Беларуси с популярными направлениями для путешествий с домом на колесах.

Караванинг имеет свою специфику, основанную на знаниях инфраструктуры, навыках управления крупногабаритным транспортным средством, пользования и обслуживания систем жизнеобеспечения автодома. Караванинг имеет больше возможностей, чем обычный автотуризм, поскольку предлагает автономный формат проезда и проживания, особенно подходит для масштабных и дальних автомобильных путешествий. Безусловно, караванинг является активным видом отдыха [6].

Караванинг предназначен не только для автотуризма, но и для других видов активного отдыха, использующих его в прикладном значении, например, для транспортировки туристического снаряжения, обеспечения проезда и проживания туристов.

Разнообразие караванинга определено различными целями использования домов на колесах:

- 1) отдых на природе в выходные;
- 2) стоянка на месте в кемпинге в течении всего сезона;
- 3) транзитные ночные стоянки в кемпинге, сдающем в аренду жилые прицепы;
- 4) короткие или дальние автопутешествия, предполагающие культурный познавательный интерес или активные занятия;
- 5) выезды к местам занятий спортом;
- 6) временное размещение в караване гостей усадьбы и др. [6].

Хотелось бы обратить внимание, что караванинг является универсальным видом туризма, так как путешествие на автодоме по характеру может совмещать экологический и активный туризм с познавательным и экскурсионным. Путешествие на автодоме может включать также экскурсии, велосипедные прогулки, пешие маршруты и другое. Можно сделать вывод, что караванинг – это комбинированное путешествие, объединяющее разные виды туризма.

В ряде стран караванинг регулируется на государственном уровне: в Великобритании законом о кемпстоянках, устанавливающим определенные требования к инфраструктуре караванинга, а в 1960 г. были приняты общие стандарты для караванов [5, с. 57].

В Республике Беларусь нормативно-правовым актом, регламентирующим караванинг, является постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь «Об утверждении санитарных норм и правил “Требования к устройству, оборудованию и содержанию гостиниц и других средств размещения”» (далее – постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь «Об утверждении санитарных норм и правил») [8], в котором закреплены санитарные нормы и правила, устанавливающие санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию, содержанию средств размещения (гостиниц, moteлей, кемпингов, хостелов, автостоянок, караванинга и других), прилегающей к ним территории, условиям труда работников.

Согласно ст. 3 постановления Министерства здравоохранения Республики Беларусь «Об утверждении санитарных норм и правил» [8] караванинг – это путешествие, связанное с передвижением и проживанием в автодомах или автоприцепах. Также в постановлении Министерства здравоохранения Республики Беларусь «Об утверждении санитарных норм и правил» [8] содержится и определение «кемпинга». Кемпинг – это лагерь для потребителей, оборудованный домиками летнего типа и (или) площадками для размещения палаток и (или) автофургонов и (или) автоприцепов, санитарными объектами, автомобильными стоянками и обеспечивающий организацию отдыха на принципах самообслуживания.

В ст. 19 постановления Министерства здравоохранения Республики Беларусь «Об утверждении санитарных норм и правил» [8] закреплены санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию, содержанию средств размещения караванинга и кемпинга.

В Российской Федерации существует «Лига караванеров» (<http://www.caravanliga.ru>). «Лига караванеров» – это некоммерческая общественная организация, объединяющая людей различных профессий, возрастов, интересов и социальных слоев, для которых путешествия, свобода передвижения и возможность живого общения с единомышленниками являются одними из главных жизненных ценностей [9].

«Национальный союз профессионалов индустрии кемпингов и автотуризма» (<https://nspka.ru>) является единственной в России профессиональной организацией в автотуризме и караванинге, объединяющей компании, участвующие в эксплуатации, проектировании, производстве оборудования и строительстве объектов для размещения самостоятельных туристов и их транспортных средств, включая водный транспорт.

В Республике Беларусь решением коллегии Министерства юстиции Республики Беларусь от 01.08.2014 № 170 зарегистрировано Республиканское общественное объединение «Белорусские караванеры». На форуме клуба (<http://caravaningclub.by>) созданы беседы о караванинге, в частности, о кемпингах и местах стоянок, планировании маршрута. Есть и другие форумы караванеров (например, <http://caravan-travel.info>).

Приказом Министерства спорта и туризма Республики Беларусь «Об общественно-консультативном совете» [10] утверждены положение и состав общественно-консультативного совета по туризму при Министерстве спорта и туризма. В этот совет входит группа по развитию караванинга.

Необходимо отметить, что в Республике Беларусь отсутствует правовая регламентация автомобильного туризма, в частности, караванинга. Целесообразно разработать концепцию развития автомобильного туризма в Республике Беларусь, так как развитие караванинга в Республике Беларусь стимулирует внутренний и въездной туризм, а также способствует развитию туризма выходного дня, который повышает уровень доходов от туризма в целом.

Пункт 6 гл. IV Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь [1] надлежит дополнить основной информацией об автомобильном туризме (понятие, меры по развитию автотуризма и реализация по направлениям и др.).

Список использованных источников

1. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www>.

- belarustourism.by/news/ НАЦИОНАЛЬНАЯ%20СТРАТЕГИЯ.pdf. – Дата доступа: 12.07.2022.
2. О туризме: Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-3 (в редакции Законов Республики Беларусь от 09.01.2007 № 206-3, от 16.06.2010 № 139-3, от 22.12.2011 № 326-3, от 18.07.2016 № 410-3) // КонсультантПлюс. Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юр-Спектр». – Минск, 2022. – Дата доступа: 12.07.2022.
 3. Виды туризма в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/tourism/vidy>. – Дата доступа: 12.07.2022.
 4. Автомобильный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Автомобильный_туризм. – Дата доступа: 15.07.2022.
 5. Валькова, Т. М., Шабалин, А. Д., Шабалина, Н. В. Особенности развития автомобильного туризма в России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. – 2019. – № 3. – С. 56–66.
 6. Автотуризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gendocs.ru/v7273/автотуризм>. – Дата доступа: 18.07.2022.
 7. Шлотгауэр, А. Н. Караванинг в Республике Беларусь: состояние и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/76766/1/Shlotgauer_A.N._S._435_436.pdf. – Дата доступа: 15.07.2022.
 8. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования к устройству, оборудованию и содержанию гостиниц и других средств размещения» и признании утратившим силу постановления Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 18 августа 2009 г. № 93: Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 24 декабря 2014 г. № 110 (в редакции постановления Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 28.12.2016 № 139) // КонсультантПлюс. Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2022. – Дата доступа: 19.07.2022.
 9. «Лига караванеров» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.caravanliga.ru>. – Дата доступа: 25.07.2022.
 10. Об общественно-консультативном совете: Приказ Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 25 мая 2018 г. № 270 (в редакции приказов Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 20.12.2021 № 389, от 25.04.2022 № 127) // КонсультантПлюс. Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2022. – Дата доступа: 25.07.2022.

Михайлова О. Н.,
кандидат технических наук, доцент

Гайдаш Т. Ю.,
старший преподаватель учреждения образования
«Белорусский государственный университет физической культуры»

АГРОЭКОТУРИЗМ КАК СЕКТОР СОВРЕМЕННОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Агроэкотуризм – это сектор туристической индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта. Обязательным условием является то, чтобы средства размещения туристов (как правило, индивидуальные, специализированные) находились в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки. Агроэкотуризмом занимаются преимущественно владельцы средств размещения – сельских усадеб, пансионатов, небольших гостиниц.

В таблице 1 представлена характеристика мировых моделей агроэкотуризма [1].

Таблица 1. Мировые модели агроэкотуризма

Модель	Характеристика	Функции
Британская модель	Наиболее популярны три типа проживания: 1. Bed & breakfast – проживание в доме фермера с питанием в виде завтрака, в этом случае имеется возможность непосредственного контакта с семьей фермера. 2. Self catering unit. Проживание в отдельном здании на условиях самообслуживания (зачастую это переделанный небольшой амбар). 3. Bunkhouse. Проживание в изолированном здании, вмещающем в среднем 8–15 туристов. Для этого может быть использован большой амбар, разделенный на спальную зону (в которой сосредоточены все койко-места, кухня и ванная комната). Сельские туры включают элементы познавательного, активного туризма и экотуризма: пешеходные и велосипедные прогулки, катание на пони для детей, игру в футбол, крикет; верховую езду и гольф; экологическое воспитание детей	Поддержка и развитие сельской местности; экологическое воспитание

Французская модель	Представлено множество вариаций сельского туризма. Основным средством размещения туристов являются маленькие коттеджи-апартаменты. Самостоятельное приготовление пищи с использованием экологически чистых сельских продуктов. Основные занятия отдыхающих в сельской местности: пешеходные, водные и конные прогулки, разнообразные формы пассивного отдыха	Поддержка сельскохозяйственного производства; поддержка неперспективных сельскохозяйственных районов; сохранение сельского населения; альтернатива пляжному прибрежному туризму
Итальянская модель	Тематические направления сельского туризма: 1. «Природа и здоровье» – размещение в сельских поселениях на территории курортных мест, национальных парков. 2. «Традиционная гастрономия» – размещение в агрохозяйствах, специализирующихся на определенном виде продукции: вина, оливкового масла, рыбы, морепродукта и т. д. (в зависимости от региона). 3. «Спорт» – размещение в кемпингах, гостиницах при специализированных спортивных объектах в сельской местности	Совмещение типичного отдыха в сельской местности с восстановлением здоровья (экотуризм); изучение гастрономии; занятия спортом
Немецкая модель	Модели присуща особая организация размещения туристов в сельской местности: гости размещаются непосредственно в хозяйских домах; строительство новых коттеджей в сельских районах не практикуется. Типичны следующие формы организации досуга: помощь хозяевам по хозяйству; уход за животными; проведение пикников; рыбалка. Тесная связь с событийным туризмом: фольклорные фестивали; регулярные сельские ярмарки	Поддержка и развитие сельской местности; отдых для малообеспеченных слоев населения

Исходя из характеристик мировых моделей агроэкотуризма, можно сделать вывод, что развитие туризма в сельских регионах – это поддержка сельскохозяйственного производства и развитие неперспективных сельскохозяйственных районов.

Существующие в мировой практике концепции агроэкотуризма помимо экономических целей призваны решать социально-культурные и экологические задачи (создание рабочих мест, снижение уровня бедности, охрана природной и историко-культурной среды обитания, сохранение и воссоздание культурного наследия и т. д.).

Основными факторами, стимулирующими приток иностранных туристов в агротуристический сектор, являются:

1. Создание национальных общественных организаций, объединяющих усадьбы, агротуристические предприятия, их членство в международных объединениях. Все национальные организации сельского и агротуризма стран

Европы в конце 90-х гг. объединились в Европейскую федерацию фермерского и сельского туризма EuroGites, основными целями которой являются: популяризация ценностей отдыха в сельской местности; сохранение и повышение потенциала сельского туризма в Европе; развитие сельского «зеленого» туризма во всех аграрных районах; разработка принципов устойчивого туризма для разных форм организации отдыха в сельской местности; целевое инвестирование проектов развития сельского туризма, поддерживающих принципы сохранения биологического, ландшафтного и этнокультурного разнообразия континента и обеспечивающих рост занятости сельских жителей.

2. Увеличение количества агротуристических объектов, сертифицированных по международным стандартам.

3. Развитие международной электронной базы данных агротуристических услуг. В XXI в. около 2/3 усадеб, задействованных на европейском рынке агротуристических услуг, бронируется через интернет [2]. В настоящее время формируются глобальные базы данных во всех регионах мира. Например, электронная система <http://www.allrural> обеспечивает примерно 7 % мировых продаж агротуристических услуг. В странах, где сельский туризм получил наибольшее распространение, национальные агротуристические организации имеют свои веб-сайты.

4. Создание системы государственной поддержки агротуристического бизнеса и развитие его инфраструктуры. В Соединенных Штатах Америки ежегодно на новую инфраструктуру по охране природы выделяется около 2 млрд долларов. Правительства Великобритании, Швеции, Финляндии и Германии финансируют исследования в области природоохранных коммуникаций [2]. Активная государственная поддержка агротуризма в европейских странах и США способствует тому, что системы продвижения и сбыта агротуристического продукта и услуг посредством интернета развиваются быстрыми темпами.

5. Рост интереса к жизни и традициям других стран.

Данные концепции фактически определили содержание терминологического аппарата. Изучение существующих определений агроэкотуризма показывает, что они могут быть объединены в две группы:

– определения, связывающие агротуризм с отдыхом туристов в сельской местности (на хуторах, в деревенских усадьбах) и рассматривающие его как разновидность экотуризма;

– определения, сформулированные исследователями на основе изучения работы агротуристических ферм, занимающихся производством сельскохозяйственной продукции. Агротуризм рассматривается не только с позиций потребителей туристических услуг, но и с учетом экологического фактора, а также как сфера предпринимательства, приносящая фермерам дополнитель-

ный доход от сельскохозяйственного производства при организации туристического бизнеса в сельской местности.

Законодательство Республики Беларусь [3] определяет агроэкотуризм как временное пребывание граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства в сельской местности Республики Беларусь на основании договоров, заключенных с субъектами агроэкотуризма, в целях отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом республики, национальными культурными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания.

Следовательно, общая концепция агротуризма или хотя бы терминологическое единство на глобальном уровне пока отсутствуют, хотя имеется ряд общепринятых принципов и подходов. Однако реализуется ряд значительно отличающихся моделей агротуризма, которые были выработаны в соответствии с конкретными условиями территорий, регионов и практикуются в разных группах стран. Надо отметить, что во всех моделях агротуризма присутствует как идейная первооснова социокультурный аспект, являющийся главным, приоритетным направлением.

На основании выше изложенного можно сделать следующие выводы:

- агротуризм представляет собой относительно новое, но динамично развивающееся направление в индустрии туризма;
- отсутствует единая концепция и терминология, принятая на глобальном уровне;
- существует множество моделей агротуризма в зависимости от наличия и специфики ресурсов страны или территории; моделям агротуризма присущи экономические, социальные, культурные аспекты;
- агротуризм – одна из форм устойчивого природно-ориентированного туризма;
- агротуризм – явление многогранное, многофункциональное, с разнообразными формами.

Объективным препятствием на пути формирования нового туристического рынка под названием «агроэкотуризм» в Республике Беларусь могут стать следующие факторы:

- использование туристического потенциала Республики Беларусь существенно осложняется в связи с радиоактивным загрязнением части ее территории;
- происходит постепенная утеря родственных связей жителей городов с сельским населением;
- население рассматривает свои садово-дачные участки не как источник получения дополнительных продуктов питания, а как места отдыха;

- виды отдыха вне города (например, организация пикников), широко распространенные среди населения, легко осуществимы туристами самостоятельно. Господство государственной собственности на земельные угодья делает их общедоступными для бесплатного использования в рекреационных целях, что косвенно сдерживает процессы концентрации туристического обслуживания в сельской местности и специализации отдельных хозяйств на агротуризме;
- образ Республики Беларусь как страны, неблагоприятной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными и отечественными средствами массовой информации, действующий порядок выдачи белорусских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении, и регистрация в милиции, затрудняют приток туристов в Республику Беларусь;
- неразвитая туристическая инфраструктура, высокий моральный и физический износ существующей материальной базы. Хотя агротуризм и предполагает некую отдаленность от цивилизации, современные люди привыкли к комфорту и отказываться от него полностью не согласны;
- слабо развита система маркетинга национального туристического продукта и его продвижение на мировой рынок. Иностранные туристы недостаточно осведомлены о привлекательности нашей страны в целом и об агроусадебках в частности;
- отсутствие опыта в условиях рыночной экономики. Специалисты, работающие в агроусадебках, несомненно, должны иметь специализированное высшее образование, чтобы грамотно и на высоком уровне предоставить туристу услугу. Учреждения образования Республики Беларусь должны активизировать свою образовательную деятельность в подготовке и переподготовке специалистов данного направления [4].

Ключевыми социально-экономическими причинами успешного развития агротуризма в Республике Беларусь являются:

- возможность обеспечить население республики (особенно сельское) рабочими местами без отрыва от традиционного образа жизни;
- содействие развитию культуры предпринимательской деятельности среди широких слоев населения, создавая бизнес-возможности для семей, малых и средних предприятий;
- вклад в развитие регионов и сельских районов республики;
- содействие сотрудничеству и создание возможностей в других секторах экономики, включая сельское хозяйство, машиностроение, легкую и пищевую промышленность, производственный сектор;

- содействие созданию положительных и продуктивных межкультурных отношений, способствующих продвижению национального и межгосударственного взаимопонимания.

Агрэкотуризм, основанный на принципах устойчивого развития, в совокупности с грамотным маркетингом и широкой кооперацией позволит получить долгосрочный экономический и социальный эффект в рамках заданной территории.

Список использованных источников

1. Лученок, С. А. Агротуризм: мировой опыт и развитие в Республике Беларусь: монография / С. А. Лученок. – Минск : БГЭУ, 2008. – 198 с.
2. Аналитический обзор стратегий и практического опыта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://просельскийтуризм.рф/assets/files/recommendations_project_fin.pdf. – Дата доступа: 22.07.2022.
3. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь, 2 июня 2006 г., № 372 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=p30600372>. – Дата доступа: 22.07.2022.
4. Гайдаш, Т. Ю. Маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий сферы агроэкологического туризма в Республике Беларусь (на примере агроусадьбы «Мир пчел»): дис. ... магистра: 1-89 80 01 / Т. Ю. Гайдаш. – Минск, 2022. – 95 с.

Олюнина И. В.,
кандидат исторических наук, доцент кафедры этнологии,
музеологии и истории искусств исторического факультета
Белорусского государственного университета

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В БЕЛАРУСИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

Туристические сезоны 2021 и 2022 гг. свидетельствуют о повышении популярности внутреннего этнографического туризма в Беларуси. Это подтверждается ростом инфраструктуры, появлением новых объектов, повышением интереса туристов, а также закреплением новой концепции развития культуры и туризма, в центре которой находится потребитель. Основной доминантой главного мирового туристического тренда последних лет – экомышления – является ориентация на использование дестинацией собственных ресурсов, что последовательно соблюдается регионами нашей страны. Универсальность, аутентичность и целостность культурного ландшафта Беларуси позволяет эффективно продвигать локальные ценности на внутреннем и внешнем туристических рынках.

Ученые-этнологи максимально доступным количеством способов визуально и вербально собирают и фиксируют полевой этнографический материал, чтобы затем создатели туристического продукта могли использовать его в своей работе. При создании комплексного этнографического тура предполагается ознакомление с бытом, культурой, традициями, обычаями людей, которые живут в гармонии с окружающей природной средой конкретного региона. В результате турист осознает увиденное как часть целого, понимает сложность современного мира, обогащает свои представления о нем, приобретает уникальный опыт, четче регулирует процессы самоидентификации.

В целях повышения эффективности развития этнографического туризма в Республике Беларусь автором было предпринято исследование мнений специалистов туристической индустрии страны. 1 этап был проведен в июне – сентябре 2020 г. при поддержке Республиканского союза туристической индустрии Республики Беларусь и Национального агентства по туризму Республики Беларусь. Наиболее эффективным в сложившихся эпидемиологических условиях методом исследования автором был избран метод дистанционного анкетирования. Обработка, оценка и интерпретация ответов были проведены с помощью контент-анализа.

Всего в опросе приняло участие 64 человека. Среди опрошиваемых самыми многочисленными группами являлись гиды, экскурсоводы и руководители туристических групп, а также представители туристических предприя-

тий. Кроме того, в опросе приняли участие хозяева агроэкоусадёб, сотрудники музеев и учреждений культуры, преподаватели туристических дисциплин, госслужащие, журналисты, тревел-блогеры [1].

Поездка по своей стране сегодня удовлетворяет потребности туристов в отдыхе и познании нового – именно это подавляющее большинство участников опроса назвало основным мотивом туристического путешествия. Ознакомление с бытом, культурой, традициями, обычаями людей, которые живут в гармонии с окружающей природной средой определенной туристической дестинации – этот мотив этнотуристов был отмечен более чем 40 % респондентов. При этом главным этапом путешествия становится погружение в традиционную народную культуру, постижение ее аутентичности и колорита.

Важнейшими компонентами этнографического тура участники опроса определили быт сельского населения, обряды и праздники, национальную кухню, а также самих жителей – носителей местной культуры, их язык и повседневную жизнь. Основой этнографических туров является этнокультурное наследие историко-этнографических регионов Беларуси, представленное в этнографических музеях: музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий «Дудutki», Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта, Ветковский музей старообрядчества и белорусских традиций, этнокомплекс «Млын» в Заславле, Музей народного творчества «Бездежский фартушок», Музей народного быта и старинных технологий в Беловежской пуще, этнокомплекс «Белорусская этнографическая деревня XIX века» в Буйничах и др. По мнению 60 % опрошенных, эти объекты являются центрами формирования, продвижения и реализации локального этнотуристического продукта на современном этапе развития рынка внутреннего туризма Беларуси.

Стабильная популярность Полесья как уникального региона развития этнографического туризма неоднократно подчеркивалась учеными. Так, Казимир Мошинский, посвятивший изучению Полесья многие десятилетия, утверждал: «нет такого уголка, который бы столькому учил этнографа или этнолога» [4, с. II]. Полесская региональная культура сегодня выходит на первый план среди предложений на туристическом рынке, что также было отмечено 20 % участников опроса. Наиболее полным это знакомство будет в кластерных этнотуристических дестинациях (таких как «Муховэцька кумора»), так как предлагаемый здесь комплексный турпродукт способствует сохранению и популяризации местного историко-культурного и природного наследия, а также задействует весь спектр восприятия туриста и обеспечивает пребывание, основанное на принципах устойчивого развития. В процессе этнотура, по мнению 25 % респондентов, возможно появление этнического (ностальгического, сентиментального) компонента, предполагающего посещение туристами мест

детства или юности, могил родственников либо возвращение эмигрантов в места исторического проживания. В программу тура при необходимости могут быть включены элементы ритуального (некропольного) туризма при посещении кладбищ и мест памяти. В любом случае, культура и этническая принадлежность коренного населения туристической дестинации является основной туристической достопримечательностью [3, с. 48–51].

На втором этапе исследования в январе 2022 г. автором были проведены глубинные интервью ведущих представителей туристической индустрии Республики Беларусь в фокус-группе из 11 человек. Основные акценты были расставлены на объектах, способах формирования и продвижения этнотурпродукта и перспективах развития регионального этнографического туризма.

Одной из самых актуальных проблем развития этнографического туризма в Республике Беларусь, как отметило более 50 % респондентов, сегодня является интерпретация как искусство трактовки этнокультурного ландшафта. По мнению всех опрошенных, презентация этнокультурного наследия должна быть актуальной, интерактивной, комплексной, оригинальной и доступной. В такой ситуации особенно важной становится роль гида, отвечающего за интерпретацию наследия и профессиональную подачу знаний. При этом на этапе формирования турпродукта остро необходима консолидация усилий местных специалистов – экскурсоводов, этнологов, музееведов, искусствоведов, историков, краеведов, маркетологов, ивенторов и т. д. Организаторам туров следует избегать коммерциализации и упрощения «поставленных на поток» этнографических элементов национальной культуры.

Этнотурист, по мнению большинства интервьюируемых, это искушенный, образованный, подготовленный, в каком-то смысле «элитарный» турист, готовый к максимальному погружению в особенности традиционной культуры. Такому туристу необходимо обеспечить доступное, целостное восприятие культурного ландшафта дестинации как единого, своеобразного природно-культурного территориального комплекса, сформировавшегося в результате эволюционного взаимодействия природы и человека и состоящего из характерных сочетаний природных и культурных компонентов, находящихся в устойчивой взаимосвязи и взаимообусловленности. Кроме того, необходимо применение дифференцированного подхода, основанного на 6 принципах интерпретации Ф. Тилдена, когда многокомпонентная структура турпродукта строится с учетом личного опыта туриста, когда новые знания подаются в развлекательном формате, когда эстетика сочетается с доступностью и побуждает туриста к действию. Практики отрасли считают сформированными подобные программы в скансене «Дудutki» и экомузее «Мир пчел» [2].

Основными проблемами, выявленными в ходе интервью, являются: отсутствие подробного SWOT-анализа всех туристических ресурсов региона;

недостаточное количество инфраструктуры, несформированность либо неотлаженная работа механизмов государственно-частного партнерства. Достаточно часто можно увидеть недостатки в системе безопасности туристов, а также отсутствие инклюзивного подхода. Кадровая проблема влечет за собой нехватку методов системного регионального планирования и целенаправленного построения локальных стратегий развития туризма, формирования и продвижения территориального бренда для максимально точного и эффективного попадания в целевую аудиторию.

Развитие современного этнографического туризма на современном этапе включает создание рекреационных модулей (оздоровительный, событийный, сельский, экологический, аграрный, культурный, исторический, гастрономический, крафт-туризм, элементы приключенческого и религиозного), из которых складывается уникальный туристический продукт. Реализация такого продукта в будущем возможна как для граждан Беларуси, так и для гостей страны вне сезонов и по всей территории республики. Таким образом, следует уделять особое внимание развитию этнографического туризма в регионах Беларуси с опорой на аутентичное локальное культурное и природное наследие.

Список использованных источников

1. Архив Института искусствоведения, этнографии и фольклора, сектор народоведения [Текст]. – Ф. 6, оп.14, д. 265, с.1–50
2. Клицунова, В. А. Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений [Текст] / В. А. Клицунова. – 2-е изд. – Минск : Четыре четверти, 2021. – 220 с.
3. Олюнина, И. В. Виды туристической деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск : БГУ, 2021. – 105 с. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/270982>.
4. Moszyński, K. Polesie Wschodnie [Текст] / K. Moszyński. – Warszawa: Wydawnictwo Kasy im. Mianowskiego, 1928. – 328 s.

Паршута Е. С.,
заместитель генерального директора по туризму
унитарного предприятия «Беларустурист»

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ПРЕДПРИЯТИЯМИ СИСТЕМЫ «БЕЛАРУСТУРИСТ»

Туристско-экскурсионное унитарное предприятие «Беларустурист» является старейшим туристическим оператором в Республике Беларусь с 70-летним опытом работы на рынке туристических услуг. «Беларустурист» – это сеть туристических предприятий, представленная в каждом областном центре страны, которая может предоставить весь необходимый комплекс туристических услуг. На сегодняшний день не одна туристическая компания в Республике Беларусь, осуществляющая деятельность на внутреннем туристическом рынке, не имеет такую мощную материально-техническую базу, которая позволяет оказывать полный комплекс услуг, а также 1,5 тысячи сотрудников, работающих в сфере гостеприимства. В систему туристско-экскурсионного унитарного предприятия «Беларустурист» входит 8 гостинично-ресторанных комплексов, имеющих сертификат соответствия на категорию 3 звезды с общим номерным фондом 1455, 8 туристско-оздоровительных комплексов, предоставляющих 795 номеров для проживания, 17 бюро путешествий и экскурсий по республике и одно автотранспортное предприятие «Белавтотурист».

Для развития и совершенствования туристической отрасли в Республике Беларусь при поддержке Федерации профсоюзов Беларуси уделяется большое внимание укреплению материальной базы предприятий системы унитарного предприятия «Беларустурист». Учитывая современные тенденции в развитии туристической и гостиничной отрасли, предприятиями системы ведется деятельность, направленная на расширение спектра оказываемых туристических услуг, и работа над укреплением материально-технической базы.

Основной целью и приоритетным направлением в деятельности унитарного предприятия «Беларустурист» является формирование комфортной и привлекательной среды для путешествий, обеспечение доступности туристических услуг всем гражданам страны, создание благоприятных условий для устойчивого развития внутреннего и въездного туризма в Республике Беларусь, повышение его экономической эффективности, а также продвижение собственного туристического продукта и туристических услуг, рекламно-информационное обеспечение.

Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь занимает в деятельности унитарного предприятия «Беларустурист» приоритетное направ-

ление и составляет более 75 % от общего объема оказываемых услуг. Предприятие стремится не просто создавать туристический продукт, но и наиболее эффективно использовать имеющиеся туристские ресурсы, а также развивать туристический потенциал регионов страны, продвигать национальный туристический продукт на международном рынке.

Справочно: за 2021 год предприятиями системы «Беларустурист» было организовано 7872 туристско-экскурсионных мероприятий по стране для 275 520 человек.

Унитарное предприятие «Беларустурист» является туристическим оператором, которое самостоятельно формирует и предлагает к реализации собственный туристический продукт. Предприятия системы охватывают более 250 туристических предложений по стране разной тематики: промышленный, военно-патриотический, познавательный, лечебно-оздоровительный туризм и т. д.

При формировании экскурсионных туров унитарное предприятие «Беларустурист» ориентируется на государственную идеологию страны, руководствуется принципом приоритета общественных интересов, стремится привить своим согражданам и иностранным гостям интерес к истории, культуре, природе своей страны и постоянно работает над совершенствованием своего туристического продукта. При создании туристско-экскурсионных маршрутов особое внимание уделяется малым городам Беларуси, не большим музейным комплексам, локальным праздникам и фестивалям, что позволяет развивать и повышать туристический потенциал регионов, развивать инфраструктуру и создавать рабочие места. Особое внимание предприятиями системы уделяется отдыху и оздоровлению трудящихся. Так, во всех гостиничных и туристско-оздоровительных комплексах системы действует скидка 25 % на услуги проживания для всех членов профсоюзов не зависимо от туристического сезона.

С 2016 г. при поддержке Федерации профсоюзов Беларуси унитарное предприятие «Беларустурист» проводит собственную международную туристическую выставку «Профтур» для трудовых коллективов, членов профсоюзов, жителей страны, на которой презентуются новые туристические маршруты по Республике Беларусь, анимационные программы, приглашаются к участию различные музейные комплексы, предприятия, развивающие промышленный туризм, агроусадьбы, ремесленники, а также иностранные партнеры, которые заинтересованы в организации путешествий по Республике Беларусь (в 2020–2021 гг. выставка не проводилась в связи с распространением коронавирусной инфекции).

В период с 28 по 30 апреля 2022 г. Федерацией профсоюзов Беларуси совместно с унитарным предприятием «Беларустурист» в целях развития

внутреннего туризма как одного из факторов формирования чувства гордости за историю своей страны, познания ее наследия организован масштабный профсоюзный туристический форум «Наследие Беларуси», который посетило около 7,5 тысячи человек. На форуме был представлен туристический потенциал Республики Беларусь, раскрыты туристические возможности регионов страны, освещены разные направления развития туризма в Беларуси. В рамках туристического форума был издан каталог экскурсионных туров «Коллекция увлекательных путешествий», где представлено более 150 предложений для путешествий, 50 из которых приурочены к Году исторической памяти.

Имея собственную сеть бюро путешествий и экскурсий, гостиничных и туристско-оздоровительных комплексов по всей стране, уделяя особое внимание развитию туризма в небольших городах Беларуси, унитарное предприятие «Беларустурист» обращает особое внимание на наличие квалифицированных специалистов в индустрии гостеприимства. Следует отметить тот факт, что за последних 2 года из-за распространения коронавирусной инфекции в мире и Республике Беларусь, от которой в первую очередь пострадала сфера туризма, произошел сильный отток квалифицированных специалистов, работающих в данной сфере, в том числе и на предприятиях системы. Ощущается нехватка «линейных» специалистов в службах приема и размещения, бронирования и продаж, общественного питания. Наблюдается тенденция, что молодые специалисты не заинтересованы работать в регионах в сфере туризма и гостеприимства.

При создании туристического продукта с включением посещения памятных мест, культурных объектов и достопримечательностей, находящихся в районных центрах и малых городах Беларуси, ощущается нехватка соответствующей туристической инфраструктуры – отсутствие подъезда к объекту, отсутствие парковочных мест для туристических автобусов, недостаточное количество санитарных зон, пунктов общественного питания и посадочных мест, информационных досок, указателей, сувенирных лавок и т. д.

В системе бюро путешествий и экскурсий, которые непосредственно занимаются организацией путешествий по стране, ощущается нехватка аттестованных экскурсоводов. Особенно остро прослеживается данная ситуация в бюро путешествий и экскурсий, которые находятся в районных центрах – Столбцы, Светлогорск, Речица, Мозырь, Борисов, Барановичи, Браслав, Орша, Лида. Данная ситуация иногда приводит к тому, что из-за отсутствия аттестованных экскурсоводов на местах нет возможности оказать туристические услуги по запросу клиентов, что вызывает негативные эмоции и в дальнейшем служит сдерживающим фактором в развитии туризма в регионах. Как правило, работа экскурсовода не является основным источником дохода, а только дополни-

тельным. Поэтому довольно часто встречается ситуация, что в районе есть аттестованные экскурсоводы, но они не оказывают экскурсионные услуги.

Для дальнейшего развития внутреннего туризма перед туристической отраслью стоит ряд задач, необходимых для решения. Имея огромный неиспользуемый туристический потенциал, отражающийся в историко-культурном наследии, многообразии и красоте природы, наследии, связанным с именами выдающихся деятелей культуры и искусства, необходимо формировать конкурентоспособный туристический продукт на внутреннем рынке.

Пациенко С. А.,
кандидат культурологии, доцент кафедры менеджмента
социально-культурной деятельности учреждения образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инклюзивный туризм начал развиваться в Республике Беларусь относительно недавно. Преимущественное большинство исследователей отмечают значительное количество сложностей и проблем в организации туризма для людей с ограниченными возможностями. Вместе с тем справедливо будет отметить, что на сегодняшний день в Республике Беларусь проделана значительная работа в данном направлении.

В современном социогуманитарном знании существует несколько подходов к определению понятия «инклюзивный туризм». Мы придерживаемся понимания данного явления в широком смысле, как «туризм, доступный для всех». Данная формулировка (Accessible tourism for all) предложена Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) и предполагает такую форму туризма, «которая включает в себя процесс сотрудничества между различными участниками сферы туризма, который позволяет людям с особыми потребностями в доступности, включая мобильную, визуальную, слуховую и когнитивную составляющие доступности, функционировать независимо, на равных условиях с чувством собственного достоинства через предоставление универсальных туристических продуктов, услуг и среды» [6, с. 4].

К группе людей, которые нуждаются в особой организации туризма, относятся люди с инвалидностью, т. е. те, у кого физические, психические и интеллектуальные нарушения имеют долговременный либо постоянный характер. Кроме них, проблемы с доступом к туристическим услугам могут испытывать «люди с временной инвалидностью, люди, временно передвигающиеся на костылях, пожилые люди, маленькие дети, люди маленького или высокого роста, путешественники с тяжелым багажом» [там же]. То есть данная позиция предполагает широкую трактовку инклюзии как процесса полноценного включения в туристическую деятельность всех категорий граждан, имеющих особые потребности: пожилых людей, беременных женщин, родителей с маленькими детьми, иностранных граждан, не владеющих языком страны пребывания, и т. д.

Первое исследование туристического рынка Беларуси в целях изучения степени его готовности к внедрению инклюзивных подходов было проведено

в 2017 г. кафедрой международного туризма факультета международных отношений Белорусского государственного университета [1]. Предметом исследования выступала степень готовности таких субъектов туристического рынка Беларуси, как турфирмы, отели, санатории, субъекты агроэкотуризма, музеи, инфоцентры, объекты питания, к внедрению инклюзивных подходов в свою деятельность. **В результате авторами был предложен комплекс мероприятий, направленных на стимулирование развития доступного туризма в Беларуси, который включал правовой, социально-экономический и информационный блоки.**

В последние годы принципам развития доступного туризма в Республике Беларусь уделяется все больше внимания: разрабатываются нормативные акты, реализовываются государственные программы, проводятся семинары по проблемам доступного туризма и организации безбарьерной среды, осуществляется мониторинг туристических объектов на предмет доступности и т. д.

Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. с целью повышения доступности национального туристического продукта за счет расширения «доступа к туризму различных категорий граждан, имеющих ограниченные физические и материальные возможности», предусматривает включение мероприятий «по повышению доступности туристических услуг для населения в основные государственные программы, касающиеся социальной защиты населения, здоровья и демографической безопасности, комфортного жилья и благоприятной окружающей среды» [3, с. 29].

Как отмечают белорусские исследователи К. Э. Зборовский и Н. А. Лазовская, «современные тенденции общественного развития, основанные на доменах гуманизма, прав человека, эмпатии и т. д. требуют полной адаптации среды жизнедеятельности человека под его любые особенности и ограничения» [5, с. 28]. Вместе с тем, по мнению Н. М. Борисенко-Клепач, «доступность туристических услуг подразумевает не только физическую, но и информационную доступность, инфраструктурные изменения, изменения менталитета общества и т. п.» [1].

Инклюзивные проекты в Беларуси успешно реализовываются в направлении экотуризма. Так, первая в Беларуси инклюзивная экологическая тропа «Белокорец» была открыта в Воложинском районе в 2018 г. на территории Налибокской пуши. На экотропе протяженностью 1 300 метров размещаются интерактивные стенды, тактильные карты, специальные щиты для слабовидящих.

В 2020 г. в Воложине открылся **Туристический информационный и рекреационный центр – филиал государственного учреждения «Воложинский территориальный центр социального обслуживания населения»**. Объект был создан в рамках международного проекта «Воложин без

барьеров: усиление возможностей для предоставления социальных и рекреационных услуг для людей с инвалидностью» и реализовывался Воложинским районным исполнительным комитетом совместно с партнерами: ОО «Белорусское общество инвалидов», белорусским общественным объединением «Отдых в деревне» и местным фондом содействия развитию международного диалога и сотрудничества «Интеракция». На официальном сайте Республики Беларусь Воложинский район лидирует среди районов Минской области по количеству инклюзивных экскурсий, предлагая особенным туристам 6 специализированных экскурсий [4]. В районе действует агроэкотуристический кластер «Воложинские гостинцы». Ряд агроусадб Воложинского района («За мосточком», «Мир пчел», «Кони-понни», «Ганка») адаптированы к приему туристов с особыми потребностями.

Сенсорная экологическая тропа «Прикосновение к природе» на территории Республиканского ландшафтного заказника «Озеры» (Гродненская область) рассчитана на слабовидящих туристов. Данный маршрут включает тропу запахов, звуков и ощущений. Информационные стенды снабжены табличками с использованием шрифта Брайля; аудиогиды с записью голосов птиц, звуков природы помогают перевести зрительные образы в форму, доступную для аудиовосприятия. Слабовидящие туристы могут воспользоваться аудиогuidaми во время экскурсии по Августовскому каналу.

Экотропы для людей с ограниченными возможностями включены в проект международной технической помощи «Развитие экологического туризма для содействия зеленому переходу к инклюзивному и устойчивому росту» в заказниках «Красный бор» и «Налибокский».

Развитию культурно-познавательного туризма в доступном формате положила начало программа «Мивия», созданная в 2014 г. Экскурсовод Людмила Скрадаль стала инициатором создания экскурсий для слепых и слабовидящих людей. На сегодняшний день программа объединила специалистов из различных сфер для реализации проектов в архитектуре, дизайне, макетировании, экскурсионном обслуживании, искусстве, информационных технологиях [2].

Слабовидящим или слепым туристам предлагаются экскурсии по столице Республики Беларусь. Знакомство с архитектурными памятниками Минска осуществляется с использованием макетов зданий, сделанных из пластика и покрытых материалом, аналогичным оригиналу. Первым стал макет городской ратуши, которая находится на площади Свободы. Была разработана экскурсия «Прикосновение к Минску», знакомящая туристов с архитектурой Минска XVII – начала XX в. Аудиотактильный макет концертного зала «Верхний город» на площади Свободы, помимо тактильных ощущений, дает аудиоинформацию об истории здания, описании интерьера, знакомит с музыкой. В рамках проекта проводятся экскурсии для людей

с ослабленным зрением с использованием тактильной интерактивной карты площади Независимости.

Инклюзивные арт-проекты предлагают музеи Минска. Еще в 2015 г. создатели вышеупомянутой программы «Мивия» совместно с Национальным художественным музеем Республики Беларусь реализовали проект «Искусство на кончиках пальцев», который дал возможность слепым и слабовидящим людям прикоснуться к тактильным интерпретациям произведений известных белорусских художников И. Хруцкого, В. Бялыницкого-Бирули, Я. Дроздовича, а также скульптурам А. Осташова, А. Финского. С тех пор в пространстве Национального художественного музея регулярно появляются инклюзивные проекты. Так, в 2021 г. музеем совместно с проектом «BelonicaArt» были представлены 8 работ с тактильными элементами, написанных незрячими художниками [7].

Национальный исторический музей Республики Беларусь в 2019 г. предложил слабовидящим и незрячим посетителям проект «Включись в музей», который предполагал не только экскурсии, но и мастер-классы и практические занятия в археологическом пространстве.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что, несмотря на значительные наработки в области доступного туризма в Республике Беларусь, данное направление нуждается в дальнейшем совершенствовании. Доступный туризм при надлежащем уровне организации может стать востребованной экспортной услугой. Развитие ностальгического туризма делает нашу страну привлекательной для пожилых граждан соседних государств. Многие приезжают с целью посетить могилы родственников, похороненных на территории Беларуси. Информирование данной группы туристов о специализированных услугах и возможностях может увеличить количество пожилых иностранцев, желающих посетить Беларусь, а также разнообразить прибытие тех, кто уже посещал нашу страну ранее, но хочет приехать снова.

В Беларуси активно развивается лечебно-оздоровительный и медицинский туризм: иностранные граждане приезжают в белорусские здравницы для реабилитации, получения профессионального медицинского обслуживания. Посетителями санаториев, домов отдыха зачастую бывают пенсионеры, пожилые люди с внуками, семьи с маленькими детьми. Целесообразно на базе санаторно-курортных учреждений провести мониторинг посетителей на предмет выявления целевой аудитории для разработки инклюзивных экскурсий, предполагающих посещение ближайших достопримечательностей. Учитывая наличие значительного количества объектов историко-культурного и природного наследия, агроэкосадеб и их компактное размещение по всей территории страны, разработка таких маршрутов не вызовет особых сложностей.

В плане организации сотрудничества субъектов туристической деятельности (предприятий сферы туризма, агроусадеб, учреждений культуры и т. д.)

показателен опыт кластерной организации в Воложинском районе. Так, агроэкотуристический кластер «Воложинские гостинцы» позволяет различным категориям туристов за одну поездку беспрепятственно посетить ряд объектов туристического показа. Данный опыт следует распространять и в других регионах страны, так как инклюзивному туристу, добравшись в destination, проще посетить сразу несколько интересных мест.

Разнообразить туристические поездки людей с особыми потребностями, сделать их более доступными для восприятия можно с помощью современных технологий социально-культурной деятельности. Арт-терапия, анимационные экскурсии, игровые программы, адаптированные к возможностям людей с различными видами заболеваний, помогут эффективнее воспринимать информацию, наполнят туристов новыми эмоциями и впечатлениями. В качестве разработчиков культурно-досуговых программ на объектах туристского показа возможно привлечение специалистов учреждений культуры в регионах, а также студентов вузов соответствующего профиля.

Значительное внимание следует уделять коммуникативной составляющей доступного туризма. Зачастую людям с особыми потребностями комфортнее путешествовать в компании людей с похожими интересами. Некоторым просто не с кем путешествовать. Примером решения проблемы поиска попутчиков в инклюзивную поездку является инициатива благотворительного проекта «Следуй за улыбкой», реализуемого в рамках международной кампании «Lay's Smiles» при поддержке фонда «Добра» [8].

Помимо того, что в рамках проекта разрабатываются инклюзивные маршруты (например, культурно-познавательные по Витебску и Гродно, экологический по Налибокской пуще и др.), был создан специальный телеграм-бот, в котором любой инициативный человек может предложить поездку, найти попутчиков и отправиться в путешествие. По мнению организаторов проекта, подобная идея *поможет белорусам найти друг друга, чтобы вместе, в инклюзивной компании путешествовать по родной стране*. Целесообразно наладить деятельность представителей местных сообществ в различных destination страны по приему инклюзивных туристов из других регионов. Подобные социальные инициативы будут способствовать активному вовлечению людей с особыми потребностями в социальную жизнь.

Идея совместных туристических поездок обычных граждан и людей, которые по разным причинам нуждаются в помощи, развитии социальных и благотворительных инициатив демонстрируют готовность членов белорусского общества помогать друг другу, что отражает деятельность государства в контексте ратификации Конвенции о правах инвалидов (2016 г.) и выполнения международных стандартов по обеспечению доступности туристической и рекреационной деятельности.

В целом, в процессе развития доступного для всех туризма важно не только способствовать объединению людей с похожими проблемами, но и налаживать их общение с другими членами общества. Таким образом, доступный для всех туризм станет еще одной возможностью полноценной интеграции людей с особыми потребностями в социум, а также гарантией реализации их права на отдых и путешествия на равных с другими гражданами страны.

Список использованных источников

1. Борисенко-Клепач, Н. М. Анализ субъектов туристического рынка Беларуси с точки зрения развития инклюзивного туризма // Журнал международного права и международных отношений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://evolutio.info/ru/journal-menu/2018-3-4/2018-3-4-barysenka>. – Дата доступа: 25.06.2022.
2. В Бобруйске продолжается реализация проекта «Широкий формат» // Бобруйский городской исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bobruisk.gov.by/news/gorod-news/127269.html>. – Дата доступа: 25.06.2022.
3. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/НАЦИОНАЛЬНАЯ%20СТРАТЕГИЯ.pdf>. – Дата доступа: 20.06.2022.
4. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarus.by/ru/travel/inclusive-tourism-in-belarus/minsk-oblast>. – Дата доступа: 25.06.2022.
5. Развитие инклюзивного туризма в Беларуси и мире [Электронный ресурс]: материалы междисциплинар. семинара, Минск, 11 нояб. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.), Н. М. Борисенко-Клепач (отв. секретарь). – Минск : БГУ, 2022. – 50 с.
6. ЮНВТО: Рекомендации по доступному туризму // Всемирная туристская организация (ЮНВТО). – Мадрид, 2016. – 20 с.
7. BelonicaArt // Национальный художественный музей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artmuseum.by/ru/belonicaart>. – Дата доступа: 12.07.2022.
8. Lay's запустил в Беларуси проект по созданию инклюзивных туристических маршрутов // Официальный портал Национального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/lay-s-zapustil-v-belarusi-proekt-po-sozdaniyu-inklyuzivnykh-turisticheskikh-marshrutov/>. – Дата доступа: 10.07.2022.

Портной М. П.

кандидат политических наук, генеральный директор учреждения
«Республиканский центр олимпийской подготовки конного спорта
и коневодства»

КОННЫЙ ТУРИЗМ КАК АКТИВНЫЙ ВИД ОТДЫХА

Конный туризм представляет собой вид активного отдыха и спортивного туризма с использованием лошадей верхом или в упряжках в качестве средства передвижения. Данный вид туризма становится все более популярным, интересным для всех категорий населения, в том числе и для людей с ослабленным здоровьем. Не случайно в медицине появилось такое направление, как иппотерапия (от др. греч. «лошадь» и означает применение верховой езды в лечебных целях [1]).

Пандемия коронавируса еще более оказала влияние на человека, его переоценку ценностей, в том числе и в отношении духовного и физического здоровья. Туристы стали больше выбирать активный вид отдыха на природе, пешие и вело-прогулки, сплавы на байдарках и каноэ, верховую езду и конные прогулки. Общение с лошадью один из лучших способов познания окружающего мира и единения с природой. Во время езды на лошади у человека возникают не только приятные эмоции, но и лечебная польза.

Во многих странах лечение с помощью лошадей или иппотерапия уже давно признана традиционным методом терапии. Концепция иппотерапии «находит свое ранее письменное упоминание со времен Древней Греции в трудах Гиппократов. В середине XVIII века энциклопедист Дени Дидро в трактате «О верховой езде и ее значении для того, чтобы сохранить здоровье и снова его обрести» писал: «Среди физических упражнений первое место принадлежит верховой езде. С ее помощью можно лечить много болезней, но возможно также и их предупреждать, как только они проявляются» [2]. В XIX веке иппотерапию начали изучать с научной точки зрения: «первая стандартизированная программа в сфере иппотерапии сформулирована в конце 1980-х годов группой канадских и американских терапевтов, которые ездили в Германию, чтобы перенести знания о новом методе в Северную Америку. Метод был формализован в США в 1992 году вместе с созданием Американской Иппотерапевтической Ассоциации (АНА). В России история иппотерапии как метода реабилитации берет свое начало с 1991 года, когда начал свою работу первый центр – ДЭЦ «Живая Нить» [2], на основе которого была создана методика лечения как в России, так и в странах Ближнего Зарубежья. Но только в конце XIX столетия началось научное изучение влияния

верховой езды на организм человека и ее целенаправленное использование в лечебных целях.

Верховая езда представляет собой своеобразную реабилитацию. Лошадь как «живой тренажер», «потому что за шаг она делает 110 равнонаправленных колебательных движений, которые способны расслабить и разогреть мышцы и органы малого таза всадника» [3]. Так, контакт лошади с человеком улучшает и эмоциональное, и физическое состояние.

Люди выбирают отдых верхом на лошадях, сочетая страсть к верховой езде. В большинстве случаев маршруты пролегают по живописным местам, туристы могут насладиться красотой природы, отдохнуть эмоционально и физически, получить массу незабываемых эмоций всей семьей или компанией.

Принято выделять несколько видов конного туризма или верховой езды:

- 1) конные прогулки в течение часа, двух или трех;
- 2) конные туры или экспедиции не менее двух дней с ночевкой.

Конные прогулки не требуют специальной подготовки, навыков или спецодежды. В обязательном порядке перед прогулкой проводится инструктаж, выдается шлем и на маршруте присутствует пеший инструктор. Данные услуги, например, предоставляются в Республиканском центре олимпийской подготовки конного спорта и коневодства в Ратомке (Минский район). Последний создан в 1996 году на базе Республиканской детско-юношеской спортивной школы олимпийского резерва и конного завода имени Льва Доватора. На протяжении многих лет на базе центра в Ратомке проводятся многочисленные престижные международные и республиканские соревнования в разных видах конного спорта: троеборье, конкур, выездка.

Республиканский центр олимпийской подготовки конного спорта и коневодства в наши дни является и туристическим центром, который включает в себя необходимую туристическую инфраструктуру: гостиницу, спортивно-оздоровительную базу, кафе, парковочные места и другие объекты для отдыха и спорта. Специалисты организуют и проводят экскурсии и иппотерапию, катание на лошадях и уроки верховой езды, зрелищные фестивали и праздники.

В Беларуси также устраивают конные прогулки в агроусадьбах, этнографических комплексах, зоопарках, на конно-спортивных базах, например, в деревне Дудинка Борисовского района. На последней предлагается обучение верховой езде и конные прогулки по живописным местам реки Березина. В спектр туристического обслуживания входят разноплановые конные прогулки, обучение верховой езде, фотосессии с лошадьми, катание на фэтто-не. По окрестностям озера Нарочь на конюшне «Лунная долина» предлагают верховые прогулки в лес и поля для начинающих. Также в течение года в разных уголках Беларуси проходят зрелищные фестивали средневековой

культуры, в частности рыцарские турниры и реконструкции исторических битв с участием лошадей: Международный рыцарский фестиваль «Белый замок» в д. Острошицкий Городок, Минской обл.; «Рыцарский фестиваль Мстиславль» в Мстиславле, Могилевской обл., Международный фестиваль средневековой культуры «Новогрудский замок» в Новогрудке, Гродненской области; фестиваль средневековой культуры «Гольшанский замок» в Гольшанах, Гродненской обл.; международный исторический фестиваль «Наследие Веков» в мирском замке и другие.

Конные туры или экспедиции состоят из нескольких дней и включают в себя посещение таких мест, куда добраться можно только верхом, в том числе «везти снаряжение и продукты в специальных сумках, закрепленных к седлу лошади или на вьючной лошади. Обычно туристы живут в полевых условиях на полном самообслуживании» [4]. Такое путешествие основано на приключениях, т. к. ночевка может быть в палатках и лагерях. Например, соответствующие услуги предлагают в ранчо на курорте Пуэрто Плата в Доминиканской республике.

Знакомство с природой верхом на лошадях в течение нескольких дней популярно в Турции, Монголии, Марокко, Канаде, США и других странах. С историческими достопримечательностями в рамках конных туров предлагают познакомиться в европейских странах: Франции, Испании, Италии, Португалии, Германии и других. Во время таких путешествий можно также остановиться с ночевкой в старинных замках. Зачастую, например, в России, США, Мексике, Греции, предлагают совмещенные туры с природным наследием и культурным.

В Беларуси известны конные походы выходного дня, например, «Вилейская околица», «Ночной дозор» и другие. Есть определенные компании, которые оказывают услуги в области активного и экстремального отдыха, в том числе конные походы от 1 до 10 дней с дополнительным обучением навыкам выживания.

Стоит отметить, что некоторые авторы выделяют различия между конным туризмом и туризмом на базе конных центров. Последний относится к туристическим продуктам, которые включают различные виды деятельности (конные шоу, спортивные мероприятия).

В целом, приоритетной целью данного вида туризма является «получение информации о достопримечательностях посещаемых стран и регионов, приобретение знаний о жизни и культуре жителей этих мест» [5, с.16], а также восстановление эмоциональных и физических сил. Так, конный туризм охватывает спортивную и оздоровительную деятельность.

С точки зрения «социального и экономического направлений конный туризм способен создать дополнительные рабочие места, увеличить доход и тем

самым уровнем жизни региона, повысить его привлекательность, сформировать спрос на продукцию местного производства, обеспечить здоровый образ жизни и развить культурную жизнь» [4]. Успешное развитие конного туризма во многом зависит и от его правильной организации: экономических, географических, исторических, социальных, культурных особенностей конкретного региона.

Список использованных источников

1. Иппотерапия / Глоссарий. Психологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.psychologies.ru/glossary/09/ippoterapiya/>. – Дата доступа: 29.07.22.
2. Иппотерапия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Иппотерапия>. – Дата доступа: 01.08.2022.
3. Лечение животными в Минске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://family.by/review/4736-lechenie-zhivotnymi-v-minske.html>. – Дата доступа: 12.08.2022.
4. Сарафанова А. Г. К вопросу о конном туризме / А. Г. Сарафанова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1511709177>. – Дата доступа: 28.07.2022.
5. Питка, Я. А. Социально-рекреационные возможности конного туризма / Я. А. Питка // Сетевой научно-практический журнал «Научный результат», серия Технологии бизнеса и сервиса. – 2015. – № 2 – С. 14-21.

Сидорович С. В.,
ведущий специалист по туризму
музейно-промышленного центра трудовой славы ОАО «МТЗ»

МИНСКИЙ ТРАКТОРНЫЙ ЗАВОД: ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЭКСКУРСИЙ

Туристическая отрасль в Республике Беларусь, как и другие сферы, находится в постоянном развитии и поиске новых услуг. В свое время одним из нововведений стала организация экскурсионных маршрутов на ведущие промышленные предприятия, что сделало возможным появление такого направления, как промышленный туризм. [1, с. 4].

И Минский тракторный завод не стал исключением, хотя с момента создания и до недавнего времени был предприятием, скрытым от глаз туристов.

Но в новейшее время стало понятно, что скрывать не просто нечего – скорее наоборот, нужно широко показывать производство, где собирают известные во всем мире тракторы. И предприятие стало развивать новый вид деятельности – туризм.

Для любого предприятия создание нового несвойственного для него продукта сродни изобретению нового колеса.

Перед проведением первой экскурсии предприятие должно определить, для чего ему промышленные экскурсии: демонстрация возможностей, имидж, увеличение продаж? Для этого необходимо определить цели и задачи.

Предприятие может поставить перед собой следующие цели:

- увеличение продаж;
- повышение инвестиционной привлекательности;
- развитие внутрикорпоративной культуры;
- создание задела для пополнения кадрового резерва;
- популяризация рабочих профессий.

Задачи промышленных экскурсий исходят из целей, которые ставят перед собой организаторы. Как правило, это набор конкретных действий, среди которых:

- профориентация;
- знакомство с историей развития предприятия;
- показ производственных мощностей и технологий создания продукции;
- посещение отдельных цехов и участков;
- демонстрация уровня организации труда, коллективной работы и трудовых традиций [1, с. 8].

После определения с целями и задачами у руководства возникает следующий вопрос, кто будет заниматься созданием и развитием промышленных

экскурсий на предприятии, поскольку на предприятиях нет таких профессий, как специалист по туризму, экскурсовод, и тем более экскурсионного отдела. На начальных этапах дополнительную работу по созданию промышленного туризма можно возложить в качестве дополнительных обязанностей на сотрудников различных служб предприятия, например, таких как идеология, кадры, реклама, протокол, профсоюзы, музеи.

На МТЗ созданием промышленного туризма занимались две службы: бюро идеологической работы и управление протокола и рекламы маркетинг-центра. Предприятию потребовалось около 6 месяцев на изобретение колеса под названием «промышленный туризм МТЗ».

Для того чтобы первая экскурсия состоялась, сотрудникам предприятия пришлось провести совещание с различными службами завода (службы безопасности, бухгалтерии, финансового управления, охраны труда и др.).

После определения целей и задач стоило определиться с основными объектами показа, что и где мы будем демонстрировать нашим туристам. У нас на предприятии много чего можно показать, но остановились на двух подразделениях. Это механический цех – 5, где туристам демонстрируется производство таких деталей, как валы и шестерни, из которых впоследствии собираются узлы будущего трактора (муфта сцепления, коробка перемены передач и трансмиссия). И корпус сборки тракторов, где на двух конвейерах собирается техника с именем BELARUS. Каждые 5 минут с конвейера МТЗ сходит новый трактор. Также в программу промышленного туризма была включена выставка готовой техники холдинга «МТЗ-ХОЛДИНГ». На выставке туристам предоставляется возможность посидеть в кабине готовой техники, от самого маленького до самого мощного трактора BELARUS.

Маршрут был проверен и согласован службой безопасности и охраной труда. Были определены места остановки, входа и перемещения по территории цехов для туристических групп.

Следующим этапом, к которому приступили после составления маршрута промышленной экскурсии, это составление текста экскурсии (контрольного текста экскурсии).

Главная задача экскурсии – раскрыть тему, зрительно иллюстрируемую объектами экскурсионного показа, а также ее подтемы [1, с. 15]. Этому способствует правильно составленный контрольный текст экскурсии.

Для создания контрольного текста экскурсии мы обращались за помощью к работникам структурных подразделений, в которых будут проводиться экскурсии, чтобы они рассказали о специфике работы своего цеха и оборудовании. Изучали книги, в которых описывается становление предприятия, архивные и музейные документы, а также беседовали с ветеранами предприятия.

Контрольный текст является базой для всех остальных экскурсий по данной теме, на его основе составляется индивидуальный текст экскурсии, отображающий особенности и возможности экскурсовода и отвечающий интересам разных групп туристов.

За 5-летнюю историю промышленного туризма МТЗ контрольный текст несколько раз обновлялся и дополнялся, ведь МТЗ – предприятие, которое динамично развивается и не останавливается на достигнутом.

Немаловажным дополнением к контрольному тексту экскурсии является «портфель экскурсовода», о существовании которого мы узнали, когда изобретали наше новое колесо. «Портфель экскурсовода» не только помогает экскурсоводу подробнее раскрыть ту или иную тему экскурсии, но и провести экскурсию профессионально.

Для лучшего взаимодействия служб и подразделений на предприятии было разработано Положение об организации и проведении экскурсий в рамках промышленного туризма – многостраничный документ, в котором был указан не только маршрут промышленной экскурсии, но и взаимодействие различных служб МТЗ.

В данном документе описано:

- организация, условия и порядок проведения экскурсий в рамках промышленного туризма:
 - ✓ на какую службу возложена функция организации и проведения экскурсий;
 - ✓ возрастные ограничения на посещение экскурсий (если такие имеются);
 - расценки на предоставляемые услуги (экскурсии), способы оплаты, категории билетов (если экскурсии проводятся на платной основе):
 - ✓ согласно какому нормативному документу производится оплата при платных экскурсиях (прейскурант), кто его подписывает и утверждает;
 - ✓ возможные формы оплаты экскурсий (наличные денежные средства, банковская карта или безналичный расчет согласно ранее заключенному договору);
 - ✓ категории билетов, а также платное или бесплатное посещение;
 - время проведения и запись на экскурсии:
 - ✓ время проведения (например, каждый вторник и четверг в 11.00 или в будние дни в 10.00 и 13.00);
 - ✓ способы записи на экскурсии (телефон (городской, мобильный), электронная почта и др.);
 - маршрут экскурсии.

В дополнение к положению были разработаны Правила посещения для туристов в рамках промышленного туризма (далее – Правила). В связи с этим,

термины, охрана труда и техника безопасности применимы для наемных работников предприятий и организаций и не могут быть применимы для туристов, так как они не являются работниками предприятий или организаций, куда пришли на экскурсию.

Эти два важных документа для организации промышленного туризма были утверждены приказом генерального директора ОАО «МТЗ» и разосланы всем заинтересованным службам предприятия.

Впоследствии Правила были переведены на следующие языки: белорусский, английский, немецкий, испанский, французский, китайский, эстонский, польский, казахский, иврит и итальянский.

Подготовив всю необходимую документацию и составив маршрут, был проведен обход маршрута, который позволил:

- уточнить предполагаемые остановки с туристами;
- уточнить хронометраж экскурсии в целом;
- выбрать лучших точек показа;
- выявить потенциально опасные места для туристов и принять меры.

Первая экскурсия в рамках промышленного туризма МТЗ состоялась 16 января 2017 г. Сначала экскурсии проводились один раз в день в связи с тем, что дополнительная нагрузка по проведению экскурсий была возложена на специалиста по работе среди молодежи.

Если в начале этапа разработки всей концепции проведения экскурсий было задействовано два подразделения завода, то к началу проведения первой экскурсии функция организации и проведения экскурсий была возложена на одно подразделение – бюро идеологической работы. А впоследствии было создано отдельное подразделение – Музейно-промышленный центр трудовой славы МТЗ.

За этот период мы выросли от одной экскурсии в день до 4-х экскурсий в день с понедельника по субботу.

При помощи наших коллег из управления протокола и рекламы мы проводим экскурсии с переводом на английский, испанский, французский и немецкий языки, что позволило нам принять иностранных туристов из 70 стран.

Мы не стали ограничиваться одними экскурсиями и через некоторое время в рамках развития промышленного туризма ввели дополнительные услуги:

- катание на тракторе – предоставляем возможность провести тест-драйв самого мощного, мощностью 350 лошадиных сил, серийно выпускаемого трактора BELARUS по территории МТЗ;
- «Собери трактор» – предоставляем совершеннолетним туристам возможность поучаствовать в сборке трактора на главном конвейере Минского тракторного завода. Туристы вместе с нашими работниками собирают технику BELARUS. После окончания «сборки»

туристам вручается сертификат за подписью генерального директора ОАО «МТЗ». В сертификате указывается, какую модель трактора BELARUS собирал турист и сколько в ней лошадиных сил.

Для организации услуги «Собери трактор» была проведена совместная работа с работниками корпуса сборки тракторов и службой технологов, которые помогли с определением операций, которые будут выполнять туристы. Уже более 520 туристов воспользовались возможностью «поработать» на главном конвейере МТЗ.

Минский тракторный завод в рамках промышленного туризма посетили туристы из 170 населенных пунктов Республики Беларусь и более 70 иностранных государств. Топ-5 стран, из которых больше всего приехало туристов, это Российская Федерация, Эстонская Республика, Латвийская Республика, Федеративная Республика Германия, Литовская Республика.

Экскурсии, организованные в рамках промышленного туризма, могут стать частью маркетинга предприятия, занять достойное место в проведении бизнес-миссий, деловом обмене опытом, поиске партнеров, повышении корпоративной культуры, а также в развитии внутреннего туризма нашей страны.

Список используемых источников

1. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / ГУ «Национальное агентство по туризму»; Ю. П. Дыленок, С. В. Сидорович. – Минск : РУП «Белтаможсерис», 2022. – 88 с.

Филон П. О.,
магистр физико-математических наук,
преподаватель физики, экскурсовод

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ В БЕЛОРУССКУЮ ЗОНУ ОТЧУЖДЕНИЯ

После аварии на ЧАЭС 26 апреля 1986 г. значительные территории Гомельской области оказались загрязнены радионуклидами и были выведены из хозяйственного использования. Образованы зона отчуждения и зона отселения, с множеством населенных пунктов, оставшимися на них, в которые люди уже не вернутся никогда.

Организация посещений для граждан Республики Беларусь и иностранцев способствует увеличению туристической привлекательности Гомельской области, экономическому развитию региона, повышению грамотности населения в вопросах последствий аварии на ЧАЭС.

С 2018 г. появилась возможность посещения заповедника с познавательными целями по его самым интересным местам. Сейчас возможно посетить заповедник с программой посещения любого из его районов, где можно узнать о последствиях аварии на ЧАЭС для Беларуси, флоре и фауне заповедника, пройтись по заброшенным деревням и селам.

При формировании маршрутов по зоне отчуждения учитываются основные интересующие посетителей темы, такие как: последствия аварии на ЧАЭС для природы и человека, история периода СССР, флора и фауна заповедника и научные исследования в зоне отчуждения.

Экскурсии проходят по территории Хойникского, Брагинского и Наровлянского районов. Также доступен для посещения маршрут по зоне отселения Добрушского района.

Основной маршрут по Хойникскому району выглядит следующим образом: путешествие начинается на КПП «Бабчин», далее музей Полесского государственного радиационно-экологического заповедника (ПГРЭЗ), находящийся в научной части, где знакомимся с историей заповедника, смотрим маршрут на карте, посещаем залы, посвященные флоре и фауне заповедника, старинному быту белорусских деревень. В деревне Бабчин также смотрим старинную больницу и школу. Следующая локация – это завод комбикорма, крупнейшего сельхозпредприятия Хойникского района до аварии. Далее – второе КПП «Майдан» и деревня Дроньки, село Погонное – одно из самых крупных сел зоны отчуждения, где мы посещаем колхоз, дом культуры, школу, сельсовет и многое другое. Переезжаем в Красноселье, где можно увидеть

ЧАЭС с территории Беларуси, забравшись на пожарную вышку (в летний период). И крупная деревня Оревичи.

Основной маршрут по Брагинскому району начинается на КПП «Бабчин», далее больница и школа в Бабчине, ферма, пожарно-химическая станция, заброшенное КПП «Радин», колхоз в деревне Верхняя Слобода, деревня Выгребная Слобода. Деревня Жердное с удивительными деревянными домами, переезд в поселок Солнечный. Возвращаемся через КПП «Глуховичи» Брагинского района. В г. Брагине посещаем памятник ликвидатору Василию Игнатенко и осматриваем центр города – наиболее близкого жилого населенного пункта к зоне отчуждения.

В Наровлянской части ПГРЭЗ мы заезжаем через КПП «Тешков», посещаем эту деревню и пчелопасеку. Далее посещаем самую крупную деревню Наровлянской зоны – Дерновичи. Следующие по маршруту деревни: Надточаевка, проездом Вепры и самая дальняя локация маршрута Довляды. Возвращаемся через крупную деревню Углы.

Маршрут по Добрушской зоне отселения начинается с деревни Вылево, отселенной в 1990 г. В ней мы посещаем старинный двор церкви Архангела Михаила, она была перенесена в Гомель в 2006 г. и отреставрирована на Речицком проспекте. Также в Вылево смотрим постройки колхоза «Молот» и военный памятник. Переезжаем на живописный берег реки Ипуть. Далее мы проводим основную часть времени в парке и усадьбе Герардов в деревне Демьянки, возвращаясь назад через Добруш, где мы осматриваем центр города, здание бумажной фабрики.

Для упрощения организации и улучшения туристического потенциала белорусской части зоны отчуждения целесообразно уменьшить количество данных, необходимых для получения разрешения на въезд в ЧЗО для организованных туристических групп. На сегодняшний день необходимо предоставлять: фамилию, имя, отчество, дату рождения, номер паспорта, кем и когда выдан паспорт, ИНН, регистрацию, место работы, гражданство. Для посетителей в организованной группе может быть достаточно только Ф. И. О., даты рождения, номера паспорта и гражданства.

Также для развития регионального туризма в Гомельской области, на прилегающих к белорусской зоне отчуждения территориях, относящихся к пограничной зоне, необходимо разрешить посещение историко-культурных ценностей иностранным гражданам без получения пропуска в пограничную зону. К таким местам относятся усадьба Ястржембских в деревне Борисовицне и усадьба Ваньковичей в отселенном поселке Рудакове.

Белорусская часть зоны отчуждения является уникальной территорией, которая с каждым годом становится все известнее и привлекательнее для внутреннего и въездного туризма в Гомельском регионе.

Янкевич Е. М.,

магистр экономических наук, старший преподаватель
учреждения образования «Витебский государственный университет
имени П. М. Машерова», аспирант учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Развитие национальной экономики во многом предопределяется функционированием регионов, однако изначально эффективность формируется на уровне организаций. На региональном уровне можно выделить аллокативную эффективность (*allocative efficiency*), которая рассматривается как эффективность распределения или размещения ресурсов в сфере производства, распределения и обмена [1]. Эффективность функционирования организации, отрасли, региона проявляется на более высоком иерархическом уровне. В туристической сфере сложно оценить уровень расходов, связанных с оказанием туристических услуг, поскольку услугами средств размещения, объектов питания, транспорта и др. пользуются не только туристы, но и местное население дестинаций. Поэтому воздействие туризма на макроэкономическом уровне следует оценивать с позиций социально-экономических эффектов, которые проявляются в системе сбалансированных показателей и оказывают прямое, косвенное и скрытое влияние [2, с. 43]. До 2020 г. туризм как планетарное явление дал импульс развитию многих стран, привлекательных для туристических путешествий. Одним из приоритетных направлений программы социально-экономического развития Республики Беларусь на ближайшую пятилетку является региональное развитие, которое, на наш взгляд, возможно и за счет реализации туристических услуг. Целью статьи является исследование и оценка социально-экономических эффектов региональных дестинаций под воздействием туризма.

Не так давно туризм занимал четвертую позицию в мировом экспорте после нефтяной, автомобильной и пищевой промышленности, а во многих развивающихся странах являлся ключевым экспортным сектором. Под воздействием внешних факторов в последние годы туризм оказался самым уязвимым в связи с глобальным воздействием пандемии и вынужден был трансформироваться в сторону развития путешествий внутри страны. О состоянии отрасли туризма в Беларуси свидетельствуют данные, характеризующие тенденции его развития, и приоритетами определено: развитие внутреннего и въездного туризма; создание инфраструктуры, соответствующей мировым стандартам; внедрение IT-технологий и маркетинговых инструментов продвижения туристических услуг; выход на новые международные рынки с учетом потенциала страны. Важным

является аспект стимулирования побудительных мотивов населения к туризму.

Безусловно, привлечение туристических потоков в регион подразумевает наличие таких элементов экономического потенциала, как: природно-ресурсный, финансовый, внешнеэкономический, инфраструктурный, инновационный, инвестиционный, информационный и трудовой. Причем природный потенциал не является решающим критерием развития, т. к. существует проблема эффективного его использования с учетом удовлетворения, как потребностей нынешнего поколения, так и необходимость сохранения его для будущих поколений в условиях концепции устойчивого развития (*sustainable development*).

Актуальной задачей, на наш взгляд, является выявление возможностей и точек роста для реализации устойчивого развития регионов, определяемых механизмами саморазвития посредством мотивации и стимулирования роста экономики региона благодаря развитию сферы туризма.

Следует констатировать факт, что по-прежнему в 2021 г. численность туристов и экскурсантов граждан Республики Беларусь, выехавших за границу, преобладает над въездными потоками в 6,7 раза (обслуженных туристическими организациями всех форм собственности, в 2020 г. в 3,2 раза) [3, с. 8]. Въездной вид туризма формирует в основном доходы туристической организации, несколько увеличивая списочную численность работников, что в меньшей степени способствует образованию других социально-экономических эффектов для региона по отношению к туристическим прибытиям. Исследуем динамику организованного въездного и внутреннего туризма в стране, влекущего за собой значительные социально-экономические эффекты, что отразим в таблице 1.

Таблица 1. Динамика и структура организованных въездных и внутренних туристических потоков в Республике Беларусь за 2020–2021 г.

Показатели	Республика Беларусь		Витебская область		Темп роста, %		Структура в 2021 г.	
	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.	Республика Беларусь	Витебская область	Республика Беларусь	Витебская область
Въездной туризм, чел.	80 972	71 388	6569	3396	88,2	51,7	5,7	2,2
Внутренний туризм, чел.	57 1493	118 7928	77435	149 409	207,9	192,9	94,3	97,8
Итого:	652 465	1 259 316	84 004	152 805	193,0	181,9	100	100

Источник: составлено автором на основе данных Белстата [3, с. 10, 12].

Данные таблицы 1 демонстрируют положительную динамику внутреннего туризма в Республике Беларусь и в Витебской области. В 2021 г.,

как и в 2020-м, по структуре преобладает внутренний туризм, причем в Витебской области он занимает больший удельный вес (97,8 %). В Республике Беларусь организованные въездные и внутренние туристические потоки в дестинацию увеличились на 93,0 % по отношению к 2020 г.

Для того чтобы выявить степень воздействия туристической сферы на уровень социально-экономических эффектов в дестинации, необходимо учитывать не только организованные туристические потоки, но и показатели численности размещения посетителей. Следует заметить, что количество дней пребывания организованных туристов в Республике Беларусь в 2021 г. составило в среднем 10 дней, что больше, чем в предыдущем году. Каждый дополнительный день пребывания иностранного туриста на территории страны способствует увеличению социально-экономических эффектов. Определим суммарные показатели размещенных посетителей в таблице 2.

Таблица 2. Динамика и структура размещенных посетителей в средствах размещения в Республике Беларусь за 2020–2021 г.

Показатели	2020 г.	2021 г.	Изменение	Темп роста, %	Структура	
					2020 г.	2021 г.
Численность размещенных лиц, чел., в том числе в:	1 699 709	2 322 250	622 541	136,6	-	-
-гостиницах и аналогичных средствах размещения	1 071 075	1 474 340	403 265	137,7	40,47	42,97
-санаторно-курортных и др. оздоровительных организациях	628 634	847 910	219 276	134,9	23,75	24,72
Размещено у инд. предпринимат., чел.	513 507	544 842	31 335	106,1	19,40	15,88
Обслуженных субъектами агроэкотуризма	433 294	563 604	130 310	130,1	16,37	16,43
Всего:	2 646 510	3 430 696	784 186	129,6	100,00	100,00

Источник: составлено автором на основе данных Белстата [3, с. 22, 42].

Анализ данных расчетов таблицы 2 позволяет утверждать, что туристическая сфера постепенно восстанавливает свою деятельность. Туристическая индустрия страны (по элементу гостиницы и иные средства размещения) приняла на 36,6 % больше посетителей в 2021 г. по отношению к 2020-му по всем средствам размещения данных статистики. Особо привлекательными как по структуре, так и по темпам роста оказались гостиницы, санаторно-курортные и другие оздоровительные организации, а также объекты агроэкотуризма, что позволяет утверждать о востребованности оздоровительного

и экологического вида туризма. Коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения в Республике Беларусь в 2021 г. составил 25,4 %, увеличившись к 2020-му на 6,6 п. п. (18,8 %), который в доковидный период достигал 32,2 %. Количество объектов агротуризма (АЭТ) увеличилось до 3150 ед. в 2021 г. по сравнению с 2019 г. (2760 ед.).

Дискуссионным вопросом остается оценка эффектов от туризма, полученных транспортными организациями и объектами средств досуга, поскольку не производится сбор и обработка такого рода статистических данных. Сложно оценить количество посетителей музеев, т. к. они могут быть как организованными, так и неорганизованными, могут размещаться в гостиницах или являться транзитными посетителями. Напротив, определение численности посетителей, пребывающих на территории, привлекательной для туризма (дестинации), представляется возможным оценить нормативным методом по среднесуточному спросу на продукты питания, выраженные в показателе объема товарооборота, для чего необходимы ежемесячные данные в период высокого и низкого туристического сезона и показатель численности местного населения на начало года [4]. Из общего количества туристов и экскурсантов, учитываемых туристическими организациями как организованный туризм, из 1259316 чел. посетили Минск 14,5 %, Брестскую область – 51,8 %, Витебскую – 12,1 %, Гомельскую – 4,0 %, Гродненскую – 5,3 %, Могилевскую – 5,4 % и Минскую – 6,9 %. При расчете численности туристов, размещенных во всех средствах размещения (гостиницы, санатории, индивидуальные предприниматели и объекты агротуризма), из 3430696 человек получаем следующее процентное соотношение размещенных по регионам: в Брестской области 16,1 % и в Витебской 11,2 % за счет размещенных в гостиницах и санаториях; в Гомельской – 11,4 % (за счет размещенных в гостиницах); в Гродненской – 11,9 %, в Минске – 17,6 % (гостиницы); в Минской области – 23,6 % (размещение в гостиницах, санаториях и объектах агротуризма); в Могилевской – 8,3 % (размещенные в гостиницах). Численность размещенных туристов в 2021 г. в Республике Беларусь по всем средствам размещения и регионам покажем на рисунке.

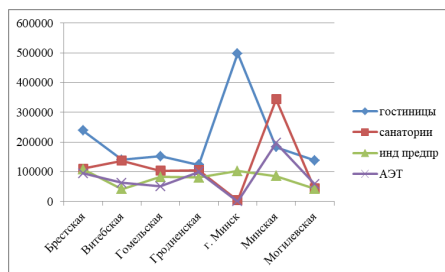


Рис. – Численность размещенных по видам средств размещения в Республике Беларусь в 2021 г., чел.

Источник: собственная разработка на основе статистических данных.

Данные графика наглядно доказывают, что при посещении Республики Беларусь наибольшим спросом пользуются такие средства размещения, как гостиницы и санатории, объекты агроэкотуризма и санатории востребованы в большей степени в Минской области.

Таким образом, проведенный сравнительный анализ показателей развития въездного и внутреннего туризма в Республике Беларусь за период 2020–2021 г. демонстрирует оживление в данной сфере. Подтверждается трансформация туристических потоков в пользу внутреннего туризма, увеличивается коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения, увеличивается численность размещенных в различных средствах размещения. Достаточными темпами в стране увеличивается количество объектов агроэкотуризма. Следует констатировать факт снижения на 15 % списочной численности работников туристических организаций, средств размещения и санаторно-оздоровительных организаций, которая в среднем в 2019 г. составляла 32 273 чел., а в 2021 г. – 27 600 чел. Для иностранных туристов привлекательным является г. Минск и Брестская область. Необходимо обратить внимание на всех уровнях управления на стимулирование побудительных мотивов у населения для развития туризма, при отсутствии которых сложно рассчитывать на рост уровня прямых, косвенных и скрытых социально-экономических эффектов региональных дестинаций.

Список использованных источников

1. Жданова, И. Ф. Англо-русский экономический словарь: ок. 60 000 терминов и терминов. словосочетаний / И. Ф. Жданова, Э. Л. Вартумян. – 6-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 2003. – 873 с. – С. 34.
2. Янкевич, Е. М. Методика оценки социально-экономических эффектов туристической региональной дестинации / Е. М. Янкевич // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. – 2021. – № 4. – С. 40–49.
3. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2020, 2021 год [Электронный ресурс] : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 18.07.2022.
4. Янкевич, Е. М. Методика оценки неорганизованных посетителей туристической дестинации / Е. М. Янкевич // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. – 2022. – № 1. – С. 92–102.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Бондаренко В. М.,

кандидат юридических наук, доцент,
доцент кафедры международного права учреждения образования
«БИП – Университет права и социально-информационных технологий»

О ВЛИЯНИИ РЯДА ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА РЕСУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

На развитие сферы туризма и гостеприимства, безусловно, оказывает влияние целый ряд факторов экономического, социального, политического, религиозного, эпидемиологического и иного характера. Если эти факторы в совокупности носят позитивный характер или, по крайней мере, их сочетание и воздействие не оказывают существенного негативного влияния на развитие туристической сферы – это позитивно сказывается на его развитии (как въездного, так и выездного). Кроме того, это отражается на экономике страны, а также на имидже государства как туристического объекта в целом.

Анализ сферы туризма и гостеприимства в Республике Беларусь на рубеже 2010–2020 гг. показал достаточно устойчивую динамику его развития. Об этом свидетельствуют данные национального статистического комитета за указанный промежуток времени. Некоторые показатели изменялись, но они не носили существенного и тем более критического воздействия на туристическую сферу в Республике Беларусь. С 2020 г. по настоящее время произошли некоторые изменения в туризме, его правовом регулировании и иных связанных с ним сферах. Следовательно, необходимо отметить ряд факторов, оказывающих влияние на развитие туризма как сферы деятельности человека и отрасли экономики государства. Под фактором понимается (лат. *factor* «делающий, производящий») причина, движущая сила какого-либо процесса, определяющая его характер или его отдельные черты. В значительной части они носили негативный характер, что настоятельно следует учитывать при ведении бизнеса в рассматриваемой сфере.

Для развития туризма необходимо совершенствовать законодательство по вопросам его развития, упрощение визовых процедур, таможенного и пограничного контроля [1, с. 867]. Так, например, в целях борьбы с распростра-

нением инфекции коронавируса правительством Республики Беларусь было принято постановление Совета Министров от 07.12.2020 № 705 «Об изменении постановлений Совета Министров Республики Беларусь от 08.04.2020 № 208 и от 30.10.2020 № 624», в соответствии с которым в нашей стране вводились ограничения для абсолютного большинства граждан на выезд через наземные пункты пропуска. При этом отметим, что такие ограничения в борьбе с COVID-19 не распространялись на въезд и выезд граждан через международный авиационный пункт пропуска «Минск». В дальнейшем постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 31.03.2022 № 197 отменены ранее введенные ограничения на пересечение государственной границы Республики Беларусь в условиях COVID-19. Формально это положительно сказывается на возможностях развития выездного туризма. Однако имеется ряд трудностей и нюансов для его динамичного развития. Так, например, для поездок в страны ЕС белорусские граждане в настоящее время столкнулись с трудностями получения шенгенских виз ввиду резкого ограничения их выдачи консульскими отделами посольств государств – членов ЕС, аккредитованных в нашей стране. Это фактически сужает возможности белорусским туристам посещать европейские страны, а белорусским туристическим компаниям зарабатывать деньги на этих туристических направлениях. Белорусский турбизнес в настоящее время предлагает в качестве альтернативных вариантов выездного массового туризма поездки в Россию, Грузию, Узбекистан, Казахстан, Турцию, Египет, ОАЭ. Если исходить из понимания того, что значительная часть белорусов желает отдыхать на море в летнее время, то отдых на предлагаемых направлениях характеризуется следующими особенностями: а) не достаточно комфортен ввиду жаркого климата в предлагаемых странах; б) дороговизна логистики ввиду вынужденного дальнего облета из-за санкций и запрета полетов над территорией ЕС, Украины, а также запрета России на полеты в ее юго-западной части; в) ограниченное количество авиарейсов ввиду существенного снижения своего авиапарка национальным авиаперевозчиком «Белавиа» и временные трудности с сервисным обслуживанием его самолетов; г) подорожание туров на отдых. Доступа на рынок авиаперевозок из Беларуси и в Беларусь зарубежные авиакомпании не имеют, за исключением ряда авиакомпаний России. Таким образом, представленные направления выездного туризма не отвечают основным запрашиваемым критериям отдыха «среднестатистического» туриста, а именно: а) существенно ограничена возможность отправлять граждан Республики Беларусь на отдых и путешествия в страны ЕС так, как это было несколько лет назад; б) доставка туристов к месту отдыха и возвращение их домой значительно возросли как по расстоянию, так и по продолжительности времени; в) цена отдыха увеличилась с предыдущими периодами в 1,5–2,0 раза.

В целях развития и поощрения внутреннего туризма белорусскими туркомпаниями предлагаются поездки и отдых в отечественные санатории, дома отдыха, агроусадьбы, кемпинги и др. с использованием сопутствующих услуг. Однако, отдых в представленном сегменте туруслуг затруднительно назвать дешевым по сравнению с аналогичным зарубежным исходя из сравнения «цена – качество», что вызывает сомнения у части потенциальных отечественных туристов потратить на это деньги.

На развитие внутреннего туризма и гостеприимства страны косвенное влияние оказывают спортивные мероприятия, и прежде всего международного уровня. В Республике Беларусь построены и реконструированы многочисленные спортивные объекты не только республиканского, но и международного уровня, отвечающие самым современным требованиям. На них до недавнего времени проводились крупные международные спортивные мероприятия. Очевидно, что проведение спортивного соревнования, турнира, чемпионата и др. привлекает дополнительный приток болельщиков, а также туристов, интересующихся спортом. Им необходимо где-то жить, питаться, совершать покупки, и это положительно сказывается на развитии туристической инфраструктуры.

За последние два года произошли изменения во внутренней и внешней политике белорусского государства, изменилась внутривнутриполитическая ситуация, оказавшая влияние на различные сферы социальной, экономической и политической жизни в стране. Кроме того, следует отметить ряд факторов, оказавших прямое или косвенное негативное влияние на развитие туризма: введение новых санкций против Беларуси, в том числе запрет западным авиакомпаниям летать через белорусское воздушное пространство и закрытие своего для национального авиаперевозчика «Белавиа»; сокращение или прекращение авто- и железнодорожных сообщений с некоторыми зарубежными странами; принятие ряда отрицательных решений Международным олимпийским комитетом, международными спортивными федерациями и организаторами на проведение спортивных мероприятий в Республике Беларусь. Таким образом, наша страна еще и столкнулась с ограничениями в праве проведения крупных международных спортивных соревнований и чемпионатов, а белорусские спортсмены на участие в европейских и мировых чемпионатах под государственным флагом своей страны, что опосредованно отрицательно сказывается на развитии туризма и гостеприимства, а экономический и репутационный ущерб невозможно подсчитать.

С 08.11.2021 в нашей стране начался миграционный кризис, еще более обостривший отношения с нашими западными соседями – Польшей, Литвой и Латвией. Он был обусловлен, кроме того, и тем, что несколько тысяч мигрантов [2] из Ирака, Сирии, Йемена, Афганистана и других стран Ближнего и Среднего Востока пытались нелегально, в том числе нарушая и белорусское законодательство, проникнуть на территорию сопредельных с Беларусью стран. Причем абсолют-

ное большинство этих лиц легально прилетали самолетами из Ирака и других государств ближневосточного региона в Беларусь с целью туризма по приглашениям отечественных туристических компаний и визам, выданным официальными компетентными органами Республики Беларусь. К сожалению, большинство выходцев из вышеупомянутых регионов мира интересовали не белорусские туристические объекты и достопримечательности, а желание попасть в страны Европейского союза. Это привело к большим скоплениям людей в г. Минске, на территориях, прилегающих к государственной границе со странами Балтии, Польши, и других местах. Попытки иностранных граждан нелегально попасть в ЕС, а также иные факторы привели к тому, что власти Польши, Литвы и Латвии со своей стороны государственной границы стали устанавливать высокие заградительные заборы от нелегальных мигрантов и нарушителей государственной границы. Безусловно, такое положение дел не способствовало желанию отечественными и зарубежными туристами посещать туристические объекты как г. Минска, так и Беларуси в целом. В настоящее время активная фаза миграционного кризиса практически упала, однако не прекратилась. Отметим, что численность организованных иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Беларусь, по странам постоянного места жительства в 2021 г. составила 71 388 чел. [3, с. 13]. В то же время представляет интерес тот факт, что среди них не отражены в официальном статистическом бюллетене граждане Ирака, Сирии и Йемена.

Республика Беларусь в одностороннем порядке с 15.04.2022 по 31.12.2022 ввела безвизовый режим для граждан Литвы и Латвии. Это было обусловлено длительными коронавирусными ограничениями для граждан этих стран, а также в связи с приближением православных и католических религиозных праздников [4, 5]. С 01.07.2022 по 31.12.2022 введен безвизовый въезд для граждан Польши. Такое решение было принято «для поддержания добрососедских отношений» с Польшей [6]. В настоящее время пока затруднительно дать исчерпывающий ответ, насколько данные меры являются эффективными для развития добрососедских отношений и туризма, в частности.

Начало специальной военной операции 24.02.2022 Российской Федерацией в Украине привело к участию российских вооруженных формирований и применению ими различных видов вооружений на территории Украины. Наша страна как союзник Российской Федерации не могла отказать в поддержке последней, что выразилось в предоставлении своей территории для захода войск союзников на территорию сопредельного государства, а также нанесения ракетных ударов со стороны Республики Беларусь. Так, Президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко, выступая 27.02.2022 на избирательном участке во время голосования на референдуме, подтвердил, что с территории Беларуси были запущены ракеты по позициям в Украине, но это был вынужденный шаг [7]. В связи с вышеизложенным, многие санаторно-курортные

и иные объекты туризма Украины, которые ранее посещались белорусскими туристами, были перепрофилированы для лечения и реабилитации раненых и больных военнослужащих Украины, а также гражданских лиц, пострадавших от военных действий. Кроме того, иногда встречаются случаи недоброжелательного отношения со стороны некоторых украинцев к белорусам после начала специальной военной операции, что осложняет развитие туризма и добрососедских отношений между нашими странами.

На развитие внутреннего туризма в южной части Беларуси также оказывает влияние присутствие подразделений российских вооруженных формирований, расположенных вблизи белорусско-украинской границы, а также принятие белорусскими властями временных ограничений на посещение ряда районов Республики Беларусь [8]. Вне всякого сомнения, ведение боевых действий около границ нашей страны, милитаризация этой местности отрицательно сказываются на привлекательности туризма.

Таким образом, можно отметить, что на развитие туризма и гостеприимства в Республике Беларусь оказывают влияние различные факторы. Пожалуй, наиболее существенны те из них, которые негативно влияют на его динамичное и поступательное развитие. Правительство и иные органы власти Республики Беларусь в настоящее время и в этих условиях оптимально реагируют на сложившуюся ситуацию принятием соответствующих мер правового, социального, экономического и политического характера.

Тем не менее, что касается выездного туризма, то до тех пор, пока не будут устранены причины, из-за которых в отношении Беларуси были введены санкции, затрагивающие в той или иной мере сферу туризма, будут не возможными или крайне ограниченными путешествия и отдых белорусов в западном и южном (Украина) направлении. Что касается развития внутреннего туризма, то вряд ли можно ожидать существенного увеличения числа как белорусских, так и иностранных туристов ввиду его дороговизны и предоставляемого сервиса исходя из соотношения «цена – качество», а также ограниченного притока иностранных инвестиций вследствие уже введенных или возможных дополнительных экономических санкций. Про внутренние ресурсы турбизнеса речь не идет ввиду их отсутствия или слишком малого размера. Кроме того, не последнюю роль играет имидж государства на международной арене как туристического объекта в целом. Если он высок, то это положительно влияет на его туристический потенциал, если низок, то на слабый и малопривлекательный. И конечно, главным критерием является рост реальных доходов населения Беларуси. При его снижении на туризм остается мало ресурсов, т. к. он не является предметом первой жизненной необходимости. Следовательно, правительству страны целесообразно прилагать усилия по созданию условий для его увеличения, а бизнесу – оптимальные условия работы и налогообложения. Таким образом, отмеченные выше факторы,

влияющие на развитие туризма и гостеприимства, не приведут к исчезновению туризма в Республике Беларусь. Однако до тех пор, пока не будут устранены основные причины, отрицательно влияющие на сферу туризма, его становление и рост будут длительными и неопределенными.

Список использованных источников

1. Морозова, Н. Н. Экономико-правовые аспекты туристической деятельности и их влияние на рынок труда в современных условиях / Н. Н. Морозова, В. М. Бондаренко // Экономическая безопасность: современные вызовы и поиск эффективных решений: материалы Всероссийск. науч.-практ. конф., Москва, 19 нояб. 2020 г. / МУ им. С. Ю. Витте ; под ред. М. Я. Парфеновой, Л. Г. Руденко, Н. В. Бушуевой [Электронное издание]. – М. : МУ им. С. Ю. Витте, 2020. – С. 865–875.
2. Их не ждут. Как желание тысяч мигрантов прорваться из Белоруссии в Европу привело к жертвам и международному скандалу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://lenta.ru/articles/2021/11/11/bel_pol/. – Дата доступа: 25.07.2022.
3. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2021 год: стат. бюллетень. – Минск, 2022 – 42 с.
4. Гражданам Литвы и Латвии с 15 апреля разрешен безвизовый въезд в Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gpk.gov.by/news/gpk/143383/>. – Дата доступа: 12.07.2022.
5. Беларусь решением Президента продлевает до конца 2022 года безвиз для граждан Литвы и Латвии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/belarus-resheniem-prezidenta-prodljaet-do-kontsa-2022-goda-bezviz-dlja-grazhdan-litvy-i-latvii-501892-2022/>. – Дата доступа: 17.07.2022.
6. Беларусь разрешила гражданам Польши безвизовый въезд в страну [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/belarus-razreshila-grazhdanam-polshi-bezvizovyy-vjezd-v-stranu-511111-2022/>. – Дата доступа: 25.07.2022.
7. Это был вынужденный шаг. Лукашенко о запуске ракет с территории Беларуси в направлении Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/president/view/lukashenko-podtverdil-chto-s-territorii-belarusi-byli-zapuscheny-rakety-po-pozitsijam-v-ukraine-no-eto-487330-2022/>. – Дата доступа: 18.07.2022.
8. Посещение пограничной полосы в Гомельской области временно ограничат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gpk.gov.by/news/gpk/144524/>. – Дата доступа: 25.07.2022.

НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ COVID-19 ДЛЯ БЕЛОРУССКОГО ТУРИЗМА

В 2020 г. международный туристический рынок пережил сильнейший кризис в истории. Закрытие государственных границ, отмена большинства регулярных и чартерных пассажирских авиаперевозок, приостановка работы туристических предприятий и других объектов туристической инфраструктуры привели к полномасштабному кризису международного туризма. Согласно данным ЮНВТО, число международных туристических прибытий в январе–августе 2020 г. сократилось на 70 % по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. [1]. Потери доходов от международного туризма за январь–октябрь 2020 г., согласно экспертной оценке ЮНВТО, составили от 910 млрд долл. США до 1,2 трлн долл. США, а число туристических прибытий снизилось более чем на 850 млн [1].

Кризисные явления, связанные с пандемией COVID-19, катастрофически сказались на всех туристических макрорегионах. Наиболее пострадавшим от пандемии стал Азиатско-Тихоокеанский регион, где сокращение числа туристических прибытий достигло 79 % (Северо-Восточная Азия – 86 %, Юго-Западная Азия – 74 %) [1]. Данное обстоятельство вполне объяснимо, т. к. в этом регионе был зафиксирован очаг пандемии COVID-19, что негативно повлияло на динамично развивающийся туристический рынок. Ожидается сильно пострадали от пандемии Африканский (Северная (74 %) и Субсахарская (66 %) Африка) и Ближневосточный макрорегион (69 %). Макрорегионы, демонстрирующие и в докоронавирусный период незначительный рост, отметились в первой половине 2020 г. падением числа международных туристических прибытий на 69 %. Число туристических прибытий в Европе и Америке также серьезно сократилось – на 68 % и 65 % соответственно [1]. Европейский макрорегион демонстрировал в высокий туристический сезон менее значительное падение числа прибытий по сравнению с другими макрорегионами, однако вторая волна пандемии сгладивала различия в падении числа туристических прибытий. Наиболее сильный спад числа туристических прибытий в Европейском макрорегионе отмечался в Северной (72 %), Средиземноморской и Центрально-Восточной Европе (по 69 %) [1].

Белорусский туристический рынок прогнозируемо также демонстрировал падение туристических потоков как на аутгониговом направлении, так и на инкаминге. Несмотря на позитивные изменения, коснувшиеся либерализации визового режима для граждан 80 государств, создания безвизовых зон и популяризации

туристического потенциала страны, Республика Беларусь относится к периферии мирового туристического пространства. Соответственно, слабо развитая туристическая сфера страны оказалась крайне уязвима для негативных последствий пандемии коронавируса.

Согласно данным Республиканского союза туристических организаций, падение в первые 9 месяцев 2020 г. составило 98 % на инкаминге и 80 % на аутгоинге [2], что выглядит катастрофически. В летний период, когда наблюдалось снижение числа заболевших, начался процесс открытия границ. Чартерные рейсы из Беларуси осуществлялись только в Турцию, Египет, Болгарию, Тунис, Албанию и Черногорию. Наблюдался даже рост числа туристов, отправившихся в Албанию, по сравнению с 2019 г., однако данное направление составляет лишь около 1 % от белорусского выездного туризма.

Осенне-зимний сезон в 2020 г. имел свою специфику: туристам предлагали открытые для посещения экзотические страны – Мальдивы, Доминикану, Танзанию (о. Занзибар) и ОАЭ. Притом консолидаторами чартерных программ по осенне-зимним направлениям выступают не только зарубежные (Join UP, Coral Travel, TEZ TOUR), но и белорусские туроператоры (Аэротрэвел, Аэробелсервис и Интерсити) [3]. Однако, рассматривать серьезный спрос на Мальдивы, в Доминикану и Танзанию в условиях экономического кризиса не представляется возможным, доля таких полетных программ даже в новых реалиях туризма будет мизерной.

Снижение потока белорусских туристов в Египет было связано с введением ПЦР-тестов. Турецкое направление, в связи с поздним открытием полетных программ, также демонстрировало существенное снижение. Остальные направления характеризовались тотальным снижением потока, недозагрузкой чартеров и отменой полетных программ.

Существенной финансовой проблемой в белорусском туристическом бизнесе стал отказ от раннего бронирования. В европейских странах туроператорам разрешили не возвращать предоплату по раннему бронированию, однако в Беларуси данного решения принято не было. Проблема была решена частично: порядка половины туристов, внесших предоплату, получили деньги обратно, около трети белорусских туристов перенесли туры на следующий год.

Однако пандемия обнажила достаточно серьезную проблему, которая была латентна в условиях стабильного спроса с низким процентом отказа по туру, в особенности на чартерные перевозки. Специфика чартерных перевозок в Беларуси состоит в невозвратности стоимости билетов, что значительно усложняет процедуру возврата стоимости тура. Стоимость билетов туда-обратно в большинстве случаев доходит до 40–50 % от общей стоимости тура, и если на регулярных авиарейсах возможен частичный возврат (преимущественно 20–40 % от начальной стоимости билетов), то на чартерных рейсах возврат невозможен [4].

Сложность состоит в том, что в белорусском законодательстве не закреплено понятие «чартерная перевозка пассажиров», что часто выступает камнем преткновения при возврате денежных средств за перелет. Раньше данная проблема не была такой острой в силу низкого процента отказов от чартерных перевозок, однако в условиях пандемии, когда наблюдается массовый отказ от туров, он сильно финансово давит на туроператоров и турагентов.

Важным моментом по стабилизации ситуации с возвратом денежных средств туристам является правильная трактовка положений ст. 421 Гражданского кодекса Республики Беларусь, т. к. данная статья в условиях пандемии (при заключении договора после ее официального объявления) не может служить правовым основанием для расторжения или изменения договора оказания туристических услуг.

Одним из вынужденных способов минимизации негативных последствий пандемии коронавируса является слияние предприятий. Белорусский туристический бизнес в качестве временной панацеи рассматривал введение нормативного акта об отсрочке исполнения обязательств по договорам оказания туристических услуг. С учетом того, что большое число фирм получило 50-60 и более заявлений о расторжении договоров [5], реструктуризация исполнения обязательств до конца 2020 г. выглядит логичным, хоть и временным решением.

Поскольку возврат денежных средств по всем заявлениям о расторжении договоров не представляется возможным, туристический бизнес рассматривает варианты объединения усилий при работе с туристами. Ведь помимо возврата денежных средств по договорам оказания туристических услуг, турфирмам необходимо осуществлять постоянные платежи (уплата арендных платежей, налоговых платежей и т. д.). Вследствие этого турфирмы стремятся консолидировать свои активы при наличии серьезной дебиторской задолженности перед туристами. Консолидация и объединение усилий турфирм зависят от зрелости решений и от прозрачности целей объединения, т. к. в условиях пандемии такие объединения должны быть направлены на консолидацию человеческих и экономических ресурсов, а не на перераспределение долговых обязательств.

Поэтому вполне объясним резкий рост числа членов РАТА, которая объединяет наименее защищенные предприятия туристического бизнеса – турагентов. В силу того что турагент в цепочке возврата денежных средств контактирует напрямую с туристом и вынужден запускать процедуру возврата через туроператора с поставщиками услуг или meet-компаниями. А вкупе с отсутствием четкого разграничения ответственности между туроператорами и турагентами турагент занимает самое невыгодное положение на рынке. Такое положение дел вынуждает турагентов быстро реагировать на угрозу банкротства и закрытия за счет налаживания контакта с партнерами и конкурентами.

Высока вероятность серьезного роста стоимости туристических путевок в связи с привязкой международного туризма к курсу валют, а в Беларуси кур-

сы валют в 2020 г. выросли более чем на 25 %. Соответственно, снижение потребительского спроса только усилится за счет экономических факторов. В рамках международного туризма наиболее сильный урон будет нанесен лоукост-перевозчикам, т. к. низкая стоимость их услуг делала привлекательной конечную цену продукта, однако в условиях тотального снижения пассажирских перевозок низкая стоимость их услуг будет играть негативную роль.

Пандемия коронавируса существенным образом повлияла на структуру туристического спроса. Так, согласно данным туристического портала Holiday.by, в топ-10 стран по числу просмотров, помимо традиционных Египта, Украины и Турции, вошли Танзания, ОАЭ, Мальдивы, Таиланд и Доминикана. Данные страны ранее не входили в топ-10 стран по числу подборов туров, однако они оказались более открытыми для посещения. Летом 2020 г. в структуре подборов туров доминировала Албания (в особенности курорт Ксамиль). Однако наблюдалось сильное падение числа подборов туров в течение всего года по сравнению с 2019 г., в 2020-м число подборов сократилось на 67 %. В динамичных условиях открытия/закрытия границ туристы отказались от раннего бронирования и переориентировались на поиск туров максимально приближенных к дате поиска.

С учетом катастрофического падения объема аутгоинга на белорусском туристическом рынке переориентация на инсайд-туризм представляется логичной. Также следует отметить, что, даже при наличии полетных программ на аутгоинге, большинство предложений белорусским туристам просто не по карману. Поэтому прогнозируемо обострится конкуренция на внутреннем рынке, а инсайд-туризм становится для большинства турфирм основным источником дохода.

Туристы, потеряв реальные возможности отдыха на море, сконцентрировались на ресурсных возможностях отдыха в Беларуси на водно-рекреационных объектах (особое значение придавая возможности социального дистанцирования). В этом направлении также наблюдалась максимальная приближенность дат тура к датам поиска.

Таким образом, следует сделать ряд выводов:

1. Негативные последствия пандемии коронавируса для международного туризма являются глобальными, что может привести к трансформации мирового туристического пространства (изменение центр-периферийной модели организации мирового туристического пространства).
2. Пандемия коронавируса привела к коренному пересмотру санитарно-гигиенических стандартов и стандартов безопасности туристов и экскурсантов, изменению технологий обслуживания в туризме и гостеприимстве с учетом новых реалий туристического обслуживания. Это приведет к использованию методов социального дистанцирования, ужесточению санитарно-гигиенических требований к субъектам туристической инфраструктуры и изменению формата туристических путешествий.

3. Белорусский туристический рынок находится в крайне неустойчивом положении: отсутствие государственной поддержки, катастрофическое падение объемов продаж, неопределенность времени восстановления отрасли, серьезная финансовая нагрузка (отсутствие налоговых «каникул» и невозможность реструктуризации долговых обязательств) и реальные угрозы банкротства значительной части туристических предприятий свидетельствуют о бедственном положении туристического рынка.

4. Кризисные явления в туристическом бизнесе обнажили несовершенство белорусского законодательства в области туризма и проблемы возврата денежных средств при аннулировании туров, организации чартерных пассажирских перевозок, что усугубило финансовое состояние туристического бизнеса.

5. Структура туристического спроса на белорусском туристическом рынке очень активно трансформируется в поисках оптимальных (хоть и временных) решений для поддержки туристического бизнеса и потребительского спроса, пока туризм не восстановится. Происходит переориентация турфирм, занимающихся аутгоингом или инкамингом, на внутренний туризм, что приводит к ужесточению конкуренцию в условиях снижения потребительского спроса.

Список использованных источников

1. International Tourism and COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. – Дата доступа: 10.11.2021.
2. Катастрофический сезон: как белорусская туротрасль переносит пандемию коронавируса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rest.ej.by/competent/2020/10/28/katastroficheskiy-sezon-kak-belorusskaya-turotrasl-perenosit.html>. – Дата доступа: 10.11.2021.
3. Куда сейчас можно выехать на отдых из Беларуси: все программы туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.toursoyuz.by/2020/09/29/kuda-sejchas-mozhno-vyehat-na-otdyh-iz-belarusi-vse-programmy-turoperatorov/>. – Дата доступа: 10.11.2021.
4. Чартерная перевозка как проблемная составляющая туризма в условиях эпидемии коронавируса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.toursoyuz.by/2020/04/02/charternaya-perevozka-kak-problemnaya-sostavlyayushhaya-turizma-v-usloviyah-epidemii-koronavirusa/>. – Дата доступа: 10.11.2021.
5. Коронавирус и туризм: Как договориться туристу, турагенту и туроператору [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.toursoyuz.by/2020/03/30/koronavirus-i-turizm-kak-dogovoritsya-turistu-turagentu-i-turoperatoru/>. – Дата доступа: 10.11.2021.

Ежель О. В.,
кандидат экономических наук, доцент учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»

Ляшкова А. И.,
магистр, ООО «Туристическая компания «Сервис-Люкс»

О ПОТЕНЦИАЛЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ЦЕЛЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Туризм – движущая сила экономического роста, инклюзивного развития и экологической устойчивости. Туристическая индустрия – одна из важнейших сфер реализации Целей устойчивого развития в контексте формирования комфортной среды жизнедеятельности человека посредством рекреационного потенциала.

Посткризисная фаза в экономическом развитии сферы туризма в Республике Беларусь требует изучения факторов и ресурсов, которые позволили бы определить потенциальные пути развития и выхода из сложившегося неустойчивого положения организаций туристической индустрии. В качестве основного направления развития в настоящее время выступил внутренний туризм, который важен не только в качестве инструмента для стимулирования экономического развития страны, но и как способ повышения устойчивости имеющихся туристических продуктов. Оценка потенциала развития туризма является важным шагом для устойчивого регионального развития туризма. Однако для проведения оценки и разработки путей активизации спроса на рынке внутреннего туризма необходимо обозначить основные виды туристических ресурсов, участвующих в формировании туристического продукта.

На современном этапе большее доверие среди туристов заслуживают субъекты внутреннего туризма, т. к. отсутствие перелета, необходимости контакта с большим количеством человек и возможность совершения краткосрочных поездок позволяют сформировать чувство безопасности во время отдыха.

Для эффективного функционирования внутреннего туризма необходимы туристические ресурсы, которые являются необходимым условием для его развития. В общем виде туристические ресурсы изучаются как часть антропогенной и природной среды, ее явления и объекты, которые востребованы человеком и выступают в качестве мотива для путешествия. Туристические ресурсы являются главным элементом формирования туристического продукта в определенном туристическом регионе. Согласно определению Всемирной туристской организации (ЮНВТО), туристический регион представляет собой территорию,

которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых как для организации отдыха, так и для организации учебного процесса или оздоровления. Однако для эффективного функционирования туристического региона необходимы туристические ресурсы, которые являются основным условием для его развития в целом и туристической деятельности на его территории, в частности. Республика Беларусь располагает значительным туристическим потенциалом – более 15 тысяч ед. культурного и природного наследия, однако в туристических целях используется менее 10 %.

Как и любой другой сектор экономики, туризм потребляет ресурсы, генерирует отходы, создавая целый спектр экологических, культурных и социальных не только выгод, но и издержек. Так, среди основных негативных последствий в первую очередь стоит выделить: загрязнение окружающей среды, ухудшение ландшафта; проблемы утилизации отходов; повреждение природных и исторических памятников; увеличение антропогенной нагрузки на территорию; деградация культурного развития территории; необходимость усиления мер безопасности и др.

В экономике ресурсы относятся к природным и искусственным объектам, а также к человеческим знаниям и возможностям, которые могут быть использованы в качестве средств удовлетворения потребностей непосредственно через потребление или косвенно через производство. Основываясь на определении понятия «туристический регион» в Законе «О туризме» № 326-3 от 25 ноября 1999 г., под туристическими ресурсами в белорусском законодательстве понимают *«природные, социально-культурные объекты, в том числе недвижимые материальные историко-культурные ценности, удовлетворяющие духовные потребности туристов, экскурсантов и (или) содействующие укреплению и восстановлению их здоровья»* [1]. Отсюда главным мотивом туристического путешествия выделяют посещение туристического региона с целью, в первую очередь, укрепления и восстановления здоровья.

Согласно Закону «О туризме» № 129-3 от 11 ноября 2021 г. под туристическими ресурсами следует понимать *«природные комплексы и объекты, объекты социально-культурного назначения, культурной инфраструктуры, отдыха, удовлетворяющие потребности туристов, экскурсантов»* [2]. В законе был пересмотрен мотив путешествия, и главной целью туриста выступает удовлетворение различных потребностей, а не только духовных. Данное определение подчеркивает, что туристические ресурсы выступают в качестве материальной основы устойчивого туризма и рассматриваются в качестве потенциала экономического роста в сфере туризма, а не только как способ достижения цели по укреплению и восстановлению здоровья.

В последнее время под туристическими ресурсами понимают совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных

для создания туристического продукта. Как правило, эти ресурсы определяют формирование туристического бизнеса в том или ином регионе. Туристические ресурсы состоят из различных природных, культурно-исторических, а также социально-экономических объектов и явлений (на данной фазе развития общества), которые пригодны в качестве основы для предоставления туристических услуг [3, с. 225].

Природные туристические ресурсы состоят из всех природных элементов и факторов, которые обладают высокой степенью привлекательности, отражают их географическую среду и могут быть оценены в туристических целях. В соответствии с их соответствующими характеристиками эти ресурсы могут быть классифицированы как геоморфологические, климатические, гидрографические и биогеографические, а также как охраняемое природное наследие. Так, в качестве природных ресурсов выступают следующие объекты, которые вызывают туристический интерес: ландшафты и пейзажи, пустыни, степи; геологические и гидрологические объекты – вулканы, скалы, группы камней, отдельные валуны (мegalиты), пещеры, фьорды; ледники, реки, озера, моря, океаны, речные пороги и водопады, гейзеры и т. д. [4, с. 44].

К *культурно-историческим ресурсам* принято относить: уникальные культовые сооружения, пирамиды, мавзолеи, скульптуры, шедевры храмовой архитектуры, дворцово-парковые ансамбли, музейные коллекции, а также малые народы, отдельные этносы и их этнографические особенности. Термин «культурные ценности» является концептуальным преемником термина «культурное и историческое наследие» [4, с. 45]. В зависимости от их статических характеристик и объема культурные ценности могут быть классифицированы как недвижимые, движимые и нематериальные. Особенно привлекательны культурные ценности, внесенные в список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Под *инфраструктурными туристическими ресурсами* чаще всего подразумевают ту часть туристических ресурсов, которая вовлечена в экономический оборот и приносит доход государству или бизнесу, а именно цирки, музеи, театры и т. д. К инфраструктурным ресурсам относят: комплексы сооружений, инженерные и коммуникационные сети, дороги, смежные туристической индустрии предприятия, обеспечивающих доступ туристов к туристическим ресурсам и их рациональное использование в целях туризма.

Также в соответствии с экономическим определением ресурса, ресурсы в туризме могут быть определены как все те средства, которые могут быть с пользой использованы для целей туризма в заданной области. В мировой литературе по туризму в дополнение к основным туристическим ресурсам принято выделять ресурсную базу, которая также состоит из других прямых туристических ресурсов (объекты туризма и общественного питания, сопутствующие объекты и услуги, персонал, агентства, организации) и косвенных

туристических ресурсов (сохраненная окружающая среда, геотранспортное положение, инфраструктура, политическая стабильность). Однако на данный момент все еще нет четких критериев оценки, позволяющих отнести тот или иной ресурс к прямому или косвенному виду.

Классификация туристических ресурсов осуществляется по следующим критериям:

- 1) по происхождению: физиологические, биологические и энергоинформационные;
- 2) по возможности самовосстановления: возобновляемые и невозобновляемые;
- 3) по скорости истощения: быстро истощаемые, медленно истощаемые и неисчерпаемые;
- 4) по характеру использования: природно-климатические, социально-культурные, инфраструктурные;
- 5) по функциональной пригодности: духовные, познавательные, развлекательные, отдых, лечебно-оздоровительные, спортивные, профессиональные;
- 6) по возможности замены одних туристических ресурсов другими: полностью заменимые, частично заменимые, незаменимые;
- 7) по технологической пригодности (для организации определенного вида туризма): благоприятные, относительно благоприятные, неблагоприятные;
- 8) по степени комфортности: комфортные, относительно комфортные, малокомфортные;
- 9) по степени эстетической привлекательности: эстетические, относительно эстетические, мало эстетические;
- 10) по значимости (уникальность объектов): мирового значения, государственного значения, местного значения [5].

Туристические ресурсы создают возможность расширить производство туристического продукта, определяемую активами, запасами, внутренними резервами организации, а также природными и социальными условиями, в которых она функционирует; выступают в качестве совокупности природных, оздоровительных, культурных и иных ресурсов, способных удовлетворять различные запросы и потребности туристов.

Туристические ресурсы ограничены как количественно, так и качественно, поэтому они выступают также как экономические блага, требующие определенных затрат на их воспроизводство. С экономической точки зрения туристические ресурсы выступают в качестве факторов производства туристического продукта, поскольку их дифференциация порождает различия в экономических результатах использования.

Кроме того, туристические ресурсы обладают специфическими свойствами и характеристиками, такими как: *аттрактивность* (способность ресурса

привлекать внимание туриста в процессе путешествия, что дает возможность расширить границы туристического предложения и стимулировать рост туристических потоков); *целостность* (взаимосвязь всех ресурсов туристической индустрии, например, объектов питания, средств размещения, транспорта и др.); *емкость* (возможность включать в себя ресурсы других сфер экономики); *устойчивость* (сохранение экономического баланса, т. е. туристической индустрией используются те природные ресурсы и особенности климата, которые остались невостребованными другими отраслями народного хозяйства, поэтому не возникает пересечения интересов); *надежность* (в туристической сфере определяется в первую очередь социально-политическими условиями); *уникальность туристического объекта* (способность вызвать интерес человека, проживающего в любой точке земного шара, мировое значение); *познавательная ценность* (связь объекта с конкретным историческим периодом, личностью, жизнью и творчеством известных людей); *рекреационная ценность* (возможность использования объекта с целью оздоровления, отдыха и восстановления туриста); *известность* (популярность туристического объекта); *экзотичность* (степень контрастности объектов по отношению к условиям места постоянного проживания туристов); *выразительность* (взаимодействие объекта с окружающей средой, зданиями, сооружениями, природой); *сохранность* (состояние объекта, его подготовленность к организованному приему туристов, сохранение исторической, познавательной и иной ценности) [4, с. 49].

К важнейшим характеристикам туристических ресурсов относятся: 1) объем запасов, необходимый для определения потенциальной емкости туристических комплексов, уровня освоенности, оптимизации нагрузок; 2) площадь распространения ресурсов, позволяющая определить потенциальные туристические территории; 3) период возможной эксплуатации, определяющий сезонность туризма, ритмичность туристических потоков; 4) территориальная неподвижность большинства видов ресурсов, обуславливающая тяготение туристической инфраструктуры и потоков к местам их концентрации; 5) сравнительно низкая капиталоемкость и невысокая стоимость эксплуатационных затрат, что позволяет достаточно быстро создавать инфраструктуру и получать социальный и экономический эффекты, а также самостоятельно использовать отдельные виды ресурсов; 6) возможность многократного использования при соблюдении норм рационального природопользования и проведении необходимых мероприятий по рекультивации и благоустройству.

На современном этапе формирования индустрии все еще не сформирован четкий перечень элементов, которые можно отнести к туристическим ресурсам. Быстроизменяющаяся отрасль ввиду внешних факторов, таких как государственная политика стран, международные ограничения, эпидемиологическая

обстановка, уровень развития смежных отраслей, заставляет вносить серьезные коррективы в уже устоявшиеся классификационные признаки.

Обзор существующих схем классификации выявил широкое внимание к формальному аспекту. На наш взгляд, с точки зрения выявления структуры туристических ресурсов наиболее приемлемо выделение трех основных групп туристических ресурсов. *Первая* группа – «природа + социокультура». Данная группа базируется на объединении таких туристических ресурсов, как культурные, культурно-исторические, культурно-познавательные, социокультурные, исторические, археологические и другие объекты.

Второй группой туристических ресурсов являются инфраструктурные ресурсы, позволяющие упростить доступ к туристическим ресурсам из первой группы, т. к. потребности туриста заключаются не только в удовлетворении туристического интереса и получения впечатлений, но и в удовлетворении различных сторон его жизнедеятельности (физиологические, умственные, духовные и другие потребности) [5].

К *третьей* группе туристических ресурсов, на наш взгляд, необходимо отнести информационный ресурс. Именно благодаря большому количеству доступной информации о туристических объектах, умению прорекламировать туристический потенциал и сформировать привлекательный образ страны возможно совершенствование туристического сектора страны. Достоверная информация делает туризм доступным и безопасным для больших слоев населения.

Таким образом, достижение устойчивого туристического рынка стало насущной необходимостью, поскольку только такой рынок может генерировать инвестиции в наиболее прибыльные сектора, которые обеспечат развитие соответствующего региона. Для Республики Беларусь важно, чтобы стратегия развития туризма соответствовала развивающимся потребностям страны и ее регионов. Устойчивое планирование требует регионального подхода к туристической деятельности, участия сообщества в планировании и развитии, а также создания и развития форм туризма, которые приносят пользу местному населению. Если оно извлечет выгоду из развития туризма, то люди будут более заинтересованы в поддержке развития туризма в регионе, стремясь при этом к сохранению туристических ресурсов. Туризм должен способствовать сохранению ресурсов, экономическому росту и процветанию сообществ.

Процесс трансформации на туристическом рынке должен создавать необходимые рамки для устойчивого развития в этой области, направленного на повышение уровня жизни местных сообществ, сохранение природных и антропогенных ресурсов туризма с целью обеспечения постоянного использования в будущем, осведомленность местных жителей и туристов об идее их сохранения. В условиях современных вызовов Цели устойчивого развития

туризма как никогда актуальны для поддержания отрасли и выхода из кризиса. Качественное восстановление отрасли возможно при соблюдении баланса между социальным, экономическим и экологическим секторами туризма.

Список использованных источников

1. Закон Республики Беларусь «О туризме» № 326-З от 25 ноября 1999 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kodeksy-by.com/zakon_rb_o_turizme.htm/. – Дата доступа: 01.07.2022.
2. Закон Республики Беларусь «О туризме» № 129-З от 11 ноября 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.etalonline.by/document/>. – Дата доступа: 01.07.2022.
3. Боголюбов, В. С. Экономика туризма / В. С. Боголюбов. – М. : Академия, 2008. – 311 с.
4. Кусков, А. С. Туристскоересурсоведение: учеб. пособие / А. С. Кусков. – М. : Академия, 2008. – 208 с.
5. Людвиг, Л. П. Развитие регионального туризма на основе стратегии управления туристскими ресурсами : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Л. П. Людвиг. – Иркутск. – 2006. – С. 39.

Морозова Н. Н.,

кандидат экономических наук, доцент, заведующий отделом экономики
сферы услуг государственного научного учреждения
«Институт экономики НАН Беларуси»

ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ПУТЕМ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

В развитии туризма большое значение имеет система управления организацией и, в частности, персоналом путем воздействия на отношения сотрудников в направлении выполнения поставленных целей в складывающихся условиях функционирования экономики. В 2020 г. численность занятых в сфере туризма составляла 25 1902 человека, или 5,8 %, в общей численности занятых в экономике. Причем за период с 2016 по 2020 г., несмотря на такие внешние факторы, как пандемия, доля занятых в данной сфере услуг выросла на 0,3 процентных пункта [1, с. 8]. Среди организаций, осуществлявших туристическую деятельность, в части туроператорской их число выросло с 235 до 284 ед. за данный период, а турагентской – с 735 до 787 ед. В то же время выручка от туристических услуг сократилась с 136,6 до 110,7 млн руб., т. е. на 18,9 %, что и объясняется «турбулентным» состоянием экономики и влиянием на туристический бизнес. Среди основных причин, оказавших влияние на развитие туристического бизнеса, наиболее значимыми являются следующие: резкое падение числа туристических поездок вследствие закрытия границ; сокращение количества туроператоров с момента введения санкций; увеличение стоимости туристических услуг из-за изменения маршрутов (увеличения расстояния) на отдых в азиатские страны; обострение геополитической ситуации и вследствие этого введение ряда ограничений, которые получила индустрия туризма. Положительный аспект состоит в перераспределении туристских потоков и переориентации спроса на потребление белорусских услуг внутри страны: лечебно-оздоровительные, горнолыжные, агро- и экологический туризм. Сложность управления сферой туризма состоит в специфике туристического продукта, заключающейся в значительном участии людей в организационном процессе. Приоритетными вопросами являются качество и обеспечение конкурентоспособности туристского продукта, где человеческий фактор оказывает значительное влияние, поскольку порой формирование туристского продукта происходит в присутствии клиента. Поэтому необходимо повышение требований к административно-управленческому персоналу, росту значимости творческого отношения к труду и высокому профессионализму работников сферы туризма.

Генезис возникновения науки об управлении является последовательностью ключевых этапов и развитием целого ряда подходов (табл. 1).

Таблица 1. Школы управления и их основные представители

Школы и подходы	Временной период	Основные представители
Школа научного управления	1885–1920 г.	Ф. Тейлор, Г. Гантт, Л. Гилберт, Г. Форд
Школа административного управления	1900–1950 г.	А. Файоль, Л. Урвик, Д. Муни, М. Вебер
Школа человеческих отношений	1930–1950 – наст. время	М. Фоллет, Ч. Бернард, Д. Мак-Клелланд
Школа поведенческих наук	1950 – наст. время	К. Арджирис, Д. Мак-Грегор, Ф. Герцберг, Р. Лайкерт
Количественный подход	1950 – наст. время	Р. Акофф, Н. Винер, С. Бир, Д. Форрестер, П. Риветт
Процессный подход	1950 – наст. время	А. Файоль, У. Деминг
Системный подход	1970 – наст. время	Л. Бергаланфи, А. Богданов
Ситуационный подход	1980 – наст. время	Т. Питерс, Р. Уотерман, Т. Бернс, Д. Столкер

Первые исследования в сфере менеджмента нашли отражения в работах представителей классической школы – Ф. Тэйлора, Г. Ганта, Г. Эмерсона и др. Заслуга Ф. Тэйлора как основателя школы научного управления в том, что он стандартизировал рабочие операции, разработал методологические основы нормирования труда, внедрил в практику научные подходы расстановки и стимулирования труда рабочих, подбора, разделение ответственности за результаты между менеджерами и рабочими. К 1916 г. сформировалась административная школа, которая акцентировала свое внимание на изучении вопросов функции и роли менеджера, основателем являлся А. Файоль (1841–1925 гг.). В период 1930–1950 гг. появляется школа человеческих отношений, рассматривающая поведение человека. В трудах Д. Макгрегора, Ф. Герцберга, А. Маслоу доказано, что мотивация, характер авторитета и власти, поддержание коммуникаций, особенности лидерства, субъективное восприятие человеком своего места и труда в организации выступают значимыми факторами управления и эффективной работы. Таким образом, основной целью поведенческой школы становится повышение эффективности организаций в контексте человеческого фактора. В итоге поведенческий подход приобрел значительные масштабы и популярность, охватив основную проблематику теории управления.

Основным методом в управлении персоналом является системный анализ, который служит методологическим средством к решению вопросов управления. Межличностные коммуникации разумно оценивать в виде матрицы (рис. 1).

← Открытости в коммуникациях →	Открытие себя (высокая степень открытости себя другим при низком уровне обратной связи)	Торговать за себя (умеренная открытость и обратная связь)	Реализация себя (максимальная откры- тость и обратная связь)
	Замыкание в себе (низкий уровень открытости и обратной связи)		Защита себя (низкий уровень открытости и высокая обратная связь)
Низкая ← Адекватности обратной связи → Высокая			

Рис. 1 – Классификация стилей коммуникаций

В ряде организаций, как показали наши исследования, для руководства характерен такой стиль коммуникаций, как «защита себя», а для подчиненных присущ центральный стиль коммуникаций «продающие себя». Мотивированность подчиненных имеет огромное значение в распределении обязанностей директора: чем менее подчиненные заинтересованы в результатах работы, тем больше работы придется делать самому руководителю. Кроме того, большой объем работы зависит и от квалификации персонала: чем ниже их профессиональный уровень, тем больше работает директор. Сегодня административно-правовая ориентация руководителя в значительной мере определяет психологическую картину взаимоотношений в руководимом им коллективе, порождая условия для возникновения и развития разных типов конфликтов в коллективе, поэтому важно тесное взаимодействие с сотрудниками путем проведения встреч, совещаний, переписки, где руководитель выступает как менеджер-специалист. При применении авторитарного стиля образуется большая дистанция между руководителем и подчиненным, а также минимальная материальная мотивация сотрудников. Зачастую руководитель считает, что давление необходимо для достижения целей организации, а строгость в управлении и частный контроль над сотрудниками неизбежны. Анализ деятельности туристической организации позволил оценить качества управления: 1) положительные – налаженная технология работы с принимающей стороной; достаточная квалификация персонала; наличие финансовых ресурсов; каналы сбора информации работают четко и оперативно; 2) отрицательные стороны – отсутствие современных информационных технологий; очень строгая иерархия; несформировавшийся имидж; отсутствие долгосрочных планов; небольшая рыночная доля. Используя

свои возможности, туристическая организация может осуществлять усовершенствование имеющихся туров и разработку новых на основании маркетинговых исследований потребительского спроса. Вложение свободных денежных средств в новые информационные технологии сможет повысить конкурентные преимущества и удовлетворенность потребностей клиентов. Используя возможности повышения качества туров, важно предоставлять качественные услуги для каждого потребителя для повышения имиджа фирмы и увеличения числа постоянных клиентов. Успешная работа маркетингового отдела по изучению потребностей клиентов и возможностей конкурентов позволят туристической организации удержать свою позицию на рынке. Далее была проведена оценка профессиональных компетенций руководителя (рис. 2).

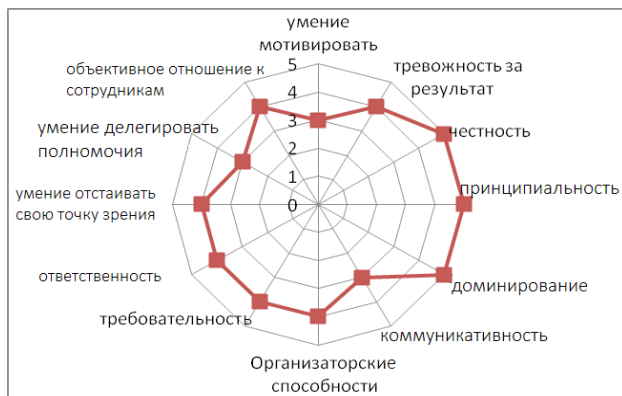


Рис. 2 – Оценка знаний и навыков руководителя организации туриндустрии

Наиболее слабыми сторонами являются умение мотивировать, умение делегировать полномочия и коммуникативность, что осложняет процессы стратегического планирования и решения текущих задач. В организации главенствует тип отношений лидерский, а отношения – «лидер – последователи». Руководитель занимает центральную позицию, остальные располагаются на периферии, а управление осуществляется через централизованную власть, которая преобладает над сотрудниками всех рангов. Эффективность жизнедеятельности организации проявляется быстро и позволяет в короткие сроки выполнять достаточно трудные задачи. Взаимодействие руководителя с подчиненными представлено в таблице 2.

Таблица 2. Параметры взаимодействия руководителя организации с подчиненными

<i>Параметры взаимодействия</i>	<i>Способ реагирования</i>
Приемы принятия решений	Единолично принимает решения
Способ доведения решения до исполнителей	Отдает приказы, распоряжения, команды
Распределение ответственности	Берет на себя
Отношение к инициативе	Подавляет
Отношение к подбору кадров	Старается их избегать
Стиль общения	Держит дистанцию, не общителен
Характер отношений с подчиненными	Диктуется настроением
Отношение к дисциплине	Приверженец жесткой дисциплины
Моральное воздействие на подчиненных	Наказание как основной метод стимулирования

Был проведен сравнительный анализ по выявлению управленческих ценностей с учетом решетки ГРИД (рис. 3), выявивший принадлежность руководителя к типу 9.1, где максимальная забота об эффективности производства (9 баллов) синтезирована с минимальной заботой о подчиненных (1 балл). Руководитель типа 9.1 отдает приоритет максимизации производственных результатов, диктуя подчиненным, что и как они должны делать. В действиях руководителя преобладают авторитарные приемы и способы решения производственных и личных задач и в отличие от прочих типов внимание сосредоточено на главенствующей позиции – целях деятельности организации над потребностями персонала. Это сильный стиль руководителя, который должен проявить активность, энергичность и способность к выполнению значительного объема работы. Анализ личных качеств руководителя свидетельствует о наличии выдержки, вежливости, тактичности, самокритичности, самодисциплины, требовательности, ровного отношения ко всем.

значительная	У	Управление «Загородным клубом»							Коллективное управление
	9	1.9						9.9	
	8								
Забота о людях	7								
	6								
	5				5.5				
	4								
	3								
незначительная	2								Режим подчинения руководителю
	1	1.1						9.1	
		1	2	3	4	5	6	7	
		незначительная Забота о производстве значительная							Х

Рис. 3 – Модель управленческой решетки ГРИД

Для выявления факторов целесообразно использовать метод декомпозиции, расчлняя сложные явления на более простые и проникая вглубь для определения сущности. Важно детально изучать элементы кадровой работы: кадровое планирование, определение потребности в найме, отбор, адаптацию, обучение персонала, мотивацию, затраты труда. Сегодня расширяется диапазон требований к профессиональным качествам сотрудников в сфере туризма: исполнительность, дисциплинированность, ответственность, доброжелательность, стрессоустойчивость, гибкость, готовность работать в ситуациях неопределенности, наличие компетенций для коммуникаций с клиентом в цифровой среде. В процедуре подбора персонала туристской организации используется внутренний и внешний рынок рабочей силы: внутренний рынок рабочей силы – состав работников своей организации, а внешний – сотрудники извне.

В ходе анализа теоретической и практической составляющей сферы туризма выявлено:

- стиль руководства напрямую влияет на удовлетворение сотрудников и, как следствие, на качество работы, а приоритет демократического стиля может повысить степень удовлетворенности персонала и привести к повышению производительности труда;
- руководитель должен применять такие механизмы влияния на персонал, которые апеллируют к потребностям более высокого уровня: потребности в принадлежности, большей цели, автономии, самовыражении, к активному участию подчиненных в принятии решений и гибкости в выполнении поставленных задач;
- уникальность индустрии туризма в том, что ее служащие составляют часть продукта, поэтому при совершенствовании управления туристской организацией особое внимание должно быть направлено не только на рынок, клиентов, конкурентов, но и на персонал организации;
- эффективность туристской деятельности в условиях турбулентного состояния экономики и жесткой конкуренции на рынке туристских услуг в решающей мере зависит от системы менеджмента и профессионализма персонала туристской фирмы;
- переориентация белорусского туристского комплекса с выездного на развитие внутреннего туризма будет способствовать обеспечению занятости, сохранению рабочих мест, вкладу в ВВП и развитию сферы услуг;
- сокращение туристских потоков увеличивает риски высвобождения работников при сворачивании своей деятельности в сфере туризма, поэтому нужны меры по управлению социальными аспектами путем создания программ занятости, позволяющих работникам туристической индустрии трудоустроиться в межсезонные периоды, а также создание гибких чередующихся рабочих дней либо сокращение рабочего дня для сохранения рабочих мест;

- персонал туристской индустрии является ключевым ресурсом, необходимым для эффективной работы организаций сферы туризма и гостеприимства, а наличие сильных и компетентных кадров позволит выдержать конкуренцию.

Список использованных источников

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: буклет // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2021. – 32 с.

Чувак С. В.,

старший преподаватель кафедры туризма и культурного наследия
учреждения образования «Гродненский государственный университет
имени Янки Купалы»

СТАНДАРТИЗАЦИЯ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ИСО/ТК 288)

Туризм – одна из ведущих отраслей в мире. Будучи multidisciplinary, многоотраслевой, целостной и системной отраслью, туризм имеет уникальные возможности для решения проблем, связанных с Целями устойчивого развития (ЦУР). Для отдельных лиц, семей и социальных групп туризм – это деятельность, позволяющая отдохнуть от повседневной жизни, насладиться новыми местами и общением с людьми. Для предпринимателей и предприятий туристы и туристические явления – это инструмент для заработка, создания новых предприятий и коммерческого роста. Благодаря этому правительства и органы власти рассматривают индустрию туризма как инструмент для поддержания и создания новых видов экономической деятельности и занятости, ведущих к международному и региональному развитию.

Устойчивый туризм занимает прочное место в Повестке дня на период до 2030 г. Однако для достижения этой цели требуются четкие рамки реализации, адекватное финансирование и инвестиции в технологии, инфраструктуру и человеческие ресурсы. В нашем реферате мы обратились к анализу системы стандартов, разработанных Техническим комитетом 228 «Туризм и сопутствующие услуги» (ИСО/ТК 228) Международной организации по стандартизации (ИСО) для достижения ЦУР.

ИСО/ТК 228 является техническим комитетом ИСО, который является инструментом индустрии туризма для лучшей коммерциализации своих продуктов, услуг и предложений и для повышения конкурентоспособности туристических организаций. Основной целью ISO/TC 228 является разработка международных стандартов, которые действительно отвечают потребностям рынка и всегда учитывают разнообразие промышленности, помогая потребителям выбрать лучший продукт/услугу для своих нужд, независимо от типа назначения. Комитет был создан в 2005 г., на сегодняшний день в нем участвуют 103 страны и 23 организации. Республика Беларусь не является ни членом этого технического комитета, ни страной-наблюдателем. Однако, мы считаем, что знание стандартов помогает не только понимать тенденции развития стандартизации в данном направлении, но и может повлиять на формирование национальных стандартов в сфере туристических услуг.

Комитет опубликовал 41 туристический стандарт и в настоящее время разрабатывает 16 проектов по таким темам, как дайвинг, оздоровительный туризм, приключенческий туризм, яхтенные гавани, бербоут-чартер, волонтерский туризм, системы устойчивого управления объектами размещения или доступный туризм.

Современная туристическая индустрия охватывает весь мир, говорит на всех языках, поэтому наличие общего языка в секторе имеет решающее значение. Гармонизация мер от одного региона к другому, от одной страны к другой поможет облегчить бремя как для поставщиков международных туристических услуг, так и для самих туристов. Люди хотят путешествовать и снова начинают строить планы, но им нужна уверенность в условиях путешествия и безопасности в пункте назначения. Мы убеждены, что таким общим языком являются международные стандарты. В статье мы рассмотрели стандарты, разработанные Техническим комитетом 228, и рассмотрели их соответствие Целям устойчивого развития. Результаты мы представили в таблице 1.

Таблица 1. Стандарты ИСО/ТК 288 и Цели устойчивого развития

Принятые стандарты ИСО/ТК 288	Соответствие ЦУР	Этап жизненного цикла
ИСО 20121:2021 «Системы менеджмента устойчивости событий. Требования и руководство»	8, 9, 10, 12	90.93
ИСО 21401:2018 «Туризм и сопутствующие услуги. Система управления устойчивым развитием гостиничных комплексов. Требования»	3, 8, 11, 15	90.93
ИСО 20611:2018 «Экстремальный туризм. Передовой опыт в отношении устойчивости. Требования и рекомендации»	11	60.60
ИСО 21416:2019 «Дайвинг. Требования и руководство по экологически устойчивой практике занятий дайвингом»	11, 12, 14	60.60
ИСО 21417:2019 «Услуги рекреационного дайвинга. Требования к обучению дайверов-любителей экологической осведомленности»	11, 12, 14	60.60
ИСО 18065:2015 «Туризм и сопутствующие услуги. Туристические услуги для общественного пользования, предоставляемые органами управления особо охраняемыми природными территориями. Требования»	12	90.93
ИСО 13009:2020 «Туризм и сопутствующие услуги. Требования и рекомендации по эксплуатации пляжей»	8, 11, 14, 15	90.93
ИСО/ПАС 5643:2021 «Туризм и сопутствующие услуги – Требования и рекомендации по снижению распространения Covid-19 в индустрии туризма»	3, 8	60.60
ИСО 21902:2021 «Туризм и сопутствующие услуги. Доступный туризм для всех. Требования и рекомендации»	8, 9, 10	60.60

Источник: собственная разработка [1–12].

Особое внимание хотелось бы уделить стандартам, которые в наибольшей степени отвечают современным запросам развития туристической индустрии.

ИСО/ПАС 5643-2021 «Туризм и сопутствующие услуги – Требования и рекомендации по снижению распространения COVID-19 в индустрии туризма» (ISO/PAS 5643:2021 Tourism and related services – Requirements and guidelines to reduce the spread of Covid-19 in the tourism industry). Этот документ устанавливает требования и рекомендации для туристических организаций по предотвращению распространения коронавируса SARS-CoV-2 с целью защиты здоровья своих сотрудников от COVID-19 и предоставления более безопасных туристических услуг и продуктов туристам и жителям. В этом документе не рассматриваются методы работы сотрудников после работы. Стандарт распространяется на всю цепочку создания стоимости туризма, включая следующие 20 подсекторов: жилье, приключенческий туризм и экотуризм, пляжи, услуги общественного питания, услуги гольфа, лечебные и оздоровительные курорты, MICE-туризм, музеи и объекты культурного наследия, особо охраняемые природные территории (ООПТ), ночной отдых, подводное плавание с аквалангом, горнолыжные курорты, тематические и развлекательные парки, туристический транспорт, гиды, туристические визиты, офисы туристической информации, турагентства, уникальные общественные пространства, гавани для яхт и морская деятельность [12].

Ожидается, что каждая туристическая организация будет соблюдать только те меры, которые применяются к услугам, которые она предлагает, включая основные требования, установленные в ст. 4, соответствующий применимый подпункт в ст. 5 и соответствующие применимые вспомогательные услуги и средства в ст. 6.

Совместно с Европейской организацией по стандартизации (CEN) была обеспечена визуальная идентичность, которую должны демонстрировать европейские туристические учреждения и службы, которые поддерживают требования стандарта ИСО/ПАС 5643-2021, был разработан так называемый «Европейский знак безопасности в сфере туризма COVID-19», а также требования и рекомендации по использованию визуальной идентичности.



Общедоступная спецификация (PAS) содержит руководство, которое поможет туристическому сектору встать на ноги и приветствовать туристов в безопасной среде. Он разработан, чтобы помочь провайдерам реализовать наилучшие меры для обеспечения безопасности каждого и убедить туристов в эффективности того, что у них есть.

ИСО считает, что путешествия и туризм должны быть чем-то, чем могут наслаждаться все, независимо от их физических возможностей. Имея

это в виду, недавно опубликованный стандарт *ИСО 21902-2021 «Туризм и сопутствующие услуги. Доступный туризм для всех. Требования и рекомендации»* (ISO 21902-2021 Tourism and related services – Accessible tourism for all – Requirements and recommendations) содержит требования и руководящие принципы для обеспечения равного доступа и удовольствия от туризма для людей всех возрастов и способностей. Сюда входят все, кто может столкнуться с проблемами доступности или предъявлять особые требования к доступу, например, люди с ограниченными возможностями и пожилые люди.

Стандарт устанавливает требования и содержит рекомендации по «доступному туризму для всех» с целью обеспечения равного доступа и удовольствия от туризма для самого широкого круга людей всех возрастов и способностей. Например, чтобы пляж считался доступным, на нем должны быть душевые, туалеты и маршрут, которым могут пользоваться все. Кроме того, доступные пешеходные маршруты в естественной среде должны обеспечивать, среди прочего, непрерывное, прочное и стабильное покрытие и сигнализацию, а также должны предоставлять подробную информацию о маршруте до начала маршрута. В целом, в своих письменных сообщениях туристические учреждения должны использовать ясный и простой язык, следуя логической последовательности, с изображениями и графическими символами, где это уместно, с контрастными цветами и легко читаемыми шрифтами [11].

Этот документ содержит информацию о ключевых аспектах разработки политики, стратегии, инфраструктуры, продуктов и услуг и адресован всем заинтересованным сторонам, участвующим в цепочке поставок туризма, будь то из государственного или частного сектора. Он применяется на местном, региональном, национальном и международном уровнях.

Стандартизация в туризме является отражением потребностей туристического сектора. Формирование концепции устойчивого туризма как «*туризма, который полностью учитывает текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, учитывая потребности туристов, возможности промышленности, окружающей среды и принимающего сообщества*» связано не только со стремлением дать ответ на вызовы времени и двигаться к достижению Целей устойчивого развития. Прежде всего это связано со спецификой туристической деятельности. Обладая эффектом мультипликатора, индустрия гостеприимства не только способствует инклюзивному экономическому росту и социальному развитию путем поощрения предпринимательства, создания рабочих мест и борьбы с бедностью, а также может поощрять охрану окружающей среды, учет климата, сохранение культурного наследия и усиление мира и взаимопонимания во всем мире, никого не оставляя позади.

Список использованных источников

1. ISO/AWI 25639-1 Exhibitions, shows, fairs and conventions – Part 1: Vocabulary [Electronic resource]: ISO. – Mode of access: [https:// www.iso.org/standard/83723.html?browse=tc /](https://www.iso.org/standard/83723.html?browse=tc/). – Date of access: 08.01.2022.
2. ISO/AWI 9468 Tourism and related services [Electronic resource]: Online travel agency (OTA) – Guidelines for online accommodation booking platform services. – Mode of access: <https://www.iso.org/standard/83487.html?browse=tc>. – Date of access: 07.02.2022.
3. ISO/FDIS 23405 Tourism and related services — Sustainable tourism — Principles, vocabulary and model [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO - Mode of access: <https://www.iso.org/ru/standard/75449.html>. - Date of access: 07.02.2022.
4. ISO 13009:2020 Tourism and related services – Requirements and recommendations for beach operation [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: [https:// https://www.iso.org/standard/52329.html](https://www.iso.org/standard/52329.html). – Date of access: 15.01.2022.
5. ISO 18065:2015 Tourism and related services – Tourist services for public use provided by Natural Protected Areas Authorities – Requirements [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: [https:// www.iso.org/ru/standard/61250.html](https://www.iso.org/ru/standard/61250.html). – Date of access: 08.01.2022.
6. ISO 20121 Event management systems taking into account the level of sustainable development [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: <https://www.iso.org/ru/iso-20121-sustainable-events.html>. – Date of access: 07.02.2022.
7. ISO 20611:2018 Adventure tourism – Good practices for sustainability – Requirements and recommendations [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: <https://www.iso.org/standard/68548.html>. – Date of access: 07.02.2022.
8. ISO 21401:2018 Tourism and related services – Sustainability management system for accommodation establishments – Requirements [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: <https://www.iso.org/standard/70869.html>. – Date of access: 25.02.2022.
9. ISO 21416:2019 Recreational diving services – Requirements and guidance on environmentally sustainable practices in recreational diving [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: <https://www.iso.org/standard/70875.html>. – Date of access: 10.01.2022.
10. ISO 21417:2019 Recreational diving services – Requirements for training on environmental awareness for recreational divers [Electronic resource]:

Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:21417:ed-1:v1:en>. – Date of access: 22.01.2022.

11. ISO 21902:2021 Tourism and related services – Accessible tourism for all – Requirements and recommendations [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: <https://www.iso.org/standard/72126.html>. – Date of access: 17.01.2022.
12. ISO/PAS 5643:2021 Tourism and related services – Requirements and guidelines to reduce the spread of Covid-19 in the tourism industry [Electronic resource]: Online Browsing Platform ISO. – Mode of access: <https://www.iso.org/standard/81500.html>. – Date of access: 22.01.2022.

ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА

Гайдукевич Л. М.,

доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой
международного туризма факультета международных отношений
Белорусского государственного университета

ОПЫТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

В условиях самоизоляции в России резко изменились паттерны потребления, многие традиционные подходы в экономике продемонстрировали свою несостоятельность.

Въездной туризм оказался наиболее пострадавшим от пандемии. Всего с января по сентябрь 2021 г. иностранцы совершили 175,8 тысяч визитов в Россию с туристическими целями. В аналогичный период 2019 г. это количество достигало 4,3 млн. Таким образом, следует отметить, что падение объемов въездных турпотоков, по сравнению с допандемийным уровнем, составляет 96 % [1, 5].

Анализ динамики въездного туризма в Россию за январь-сентябрь 2020 г. показал, что наибольшее падение пришлось на Мексику: количество иностранных туристов из этой страны сократилось на 96,1 % в годовом выражении и составило 0,9 тысяч человек, за ней следует Австралия (–95,5 %, 2,3 тысячи человек), Китай (–95,0 %, 79,2 тысячи человек), Германия замыкает десятку аутсайдеров. Количество иностранных граждан, прибывших в Россию, сократилось за первые три квартала текущего года на 91,7 % до 49,3 тысячи человек. Наименьшее снижение отмечено среди таких стран, как Узбекистан, Абхазия, а также Беларусь. Падение туристического потока из этих стран в январе-сентябре 2020 г. составляет 37,2–56,3 % [2, 5].

На фоне этих потрясений возникает вопрос: как выжить регионам и малым городам, если внутренний и въездной туризм фактически парализован? Где внутренний туризм может искать ресурсы для своего развития?

Внутренний туризм стал более интересен для россиян, т. к. 90 % внутреннего туризма обеспечивается местными жителями, которые выезжают, как правило, в поездки в свои и соседние регионы.

Относительно 2020 г. наблюдается прирост внутреннего турпотока на 30 %. Доля организованного туризма в общем потоке внутренних туристов в 2021 г. выросла еще на 3 % по сравнению с 2019 г. и составляет 23 % [1].

Рейтинг регионов Российской Федерации, ранжированных по объемам организованного туристического потока в 2021 г. (в списке идут по убыванию количества туристов – клиентов туроператоров), выглядит так:

1. Краснодарский край.
2. Республика Крым.
3. Санкт-Петербург.
4. Владимирская область.
5. Ставропольский край.
6. Ярославская область.
7. Тюменская область.
8. Республика Карелия.
9. Республика Татарстан.
10. Тверская область.

Эффективное влияние на развитие внутреннего туризма оказала и программа туристического кешбэка за путешествия по стране, которая позволяет туристам не только насладиться красотами родного края, но и сэкономить свои финансовые сбережения. Это государственная программа субсидирования путешествий по России, разработанная Ростуризмом, на которую было выделено 6,7 млрд руб., по которой туристы могут оплатить поездку по стране картой «Мир» и получить кешбэк в размере 20 % от ее стоимости [3].

Ограничивающие внешние факторы, связанные с санкционным давлением на Россию, политическая нестабильность в некоторых странах, запреты на въезд и выезд российских туристов, эпидемические ограничения следует рассматривать как дополнительные возможности для развития внутреннего туризма. Это позволит, во-первых, сократить потери в туризме, во-вторых, повысить у туристов популярность внутренних направлений путешествий. Поэтому в среднесрочной перспективе индустрия туризма России может расширить собственный рынок за счет привлечения туристов, ранее ориентированных на зарубежные рынки.

Однако для переориентации потребителя на внутренний рынок необходимо создать конкурентоспособный турпродукт, развитую инфраструктуру, качественные и доступные по цене туристические услуги, учитывая последние тенденции развития отрасли.

В настоящее время также разрабатывается национальная программа «Туризм и гостеприимство», которая будет включать в себя три федеральные программы, направленные на создание качественного и разнообразного туристского продукта. Данные программы будут направлены на повышение доступности туристского продукта, повышение качества государственного управления и снятие административных барьеров в отрасли.

Развитие российского сельского хозяйства – стратегического резерва в условиях санкционного давления стран коллективного Запада является устойчивой тенденцией сегодняшнего дня. Это дает дополнительные шансы для развития агротуризма, а также других направлений, связанных с ресурсами сельской местности и с учетом природных, историко-культурных и других ресурсов. На их основе, помимо известных туристических баз, возникают новые модели организации сельского туризма: глэмпинги; стилизованные «туристские деревни» (ремесленные и культурные центры), «рыбачьи деревни», «охотничьи деревни», кулинарные центры (медовые домики, традиционная русская кухня), спортивные (например, верховая езда, уроки гребли); «исторические» или «национальные» гостевые дома («Дом крестьянина-старожила», «Купеческая усадьба», «Казачье подворье»); агропарки на базе фермерских объединений («Отдых в фермерских хозяйствах»), специализация сельского хозяйства территории на составлении туристских программ (зерноводство, животноводство, садоводство) и др.

Сельский туризм в Российской Федерации считается молодым направлением, с наиболее активным развитием в Ленинградской области, Алтае, Калужской, Иркутской, Самарской областях и Чувашской Республике. Для региона это означает не только комплексное развитие сельских территорий, но и повышение занятости населения, доходов и уровня жизни. Например, в Алтайском крае по программе «Устойчивое развитие сельских территорий 2012–2020» местным бизнесменам выделены гранты [4, 6].

Образовательный туризм для школьников за последние несколько лет стал стратегически важным направлением. Поэтому правительством Российской Федерации реализуется ряд целевых программ по развитию культуры и туризма для молодежи, в частности школьников.

На основе Федеральной программы развития образовательного туризма разработан и активно реализуется Всероссийский проект «Выездные уроки». Представленный Министерством культуры Российской Федерации и Российской Федерацией индустрии туризма проект направлен на создание туристических маршрутов в сочетании со школьным образованием, курсами визуализации («в реальном времени»), одним из основных трендов в мире подросткового возраста. Образовательные экспедиции по истории, географии, биологии, литературе, физике, химии, математике и т. д. доступны практически в каждом регионе России. Поэтому возможностей для развития культурно-познавательного туризма в России сегодня достаточно много.

В качестве одной из мер поддержки локальных инициатив Ростуризм запустил грантовую поддержку МСП в туристической отрасли и выделил 3,5 млрд руб. на субсидирование развития объектов туристической инфраструктуры в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»

и на реализацию общественных инициатив: обустройство пляжей и туристических маршрутов, создание системы навигации, создание модульных некапитальных средств размещения – кемпингов и автокемпингов, поддержку предпринимателей, которые развивают туристическую инфраструктуру в своих регионах. Акцент будет сделан на создании безбарьерной туристической среды, приобретение туристического оборудования, создание и развитие активных турмаршрутов, аудиогидов [4].

Сейчас усилия должны быть направлены на то, чтобы рационально использовать имеющиеся ресурсы. В частности, для туризма и бизнеса это должна быть не столько финансовая поддержка путем всевозможных бюджетных «вливаний», сколько отсутствие препятствий для развития, стимулирование и адресное поощрение инициатив со стороны государства не только путем грантовой поддержки, но и системой премий и бонусов за честность конкретной компании, ее стабильность, за выполнение взятых на себя обязательств перед клиентами.

Сфера туризма (особенно в малых городах РФ) может получить гораздо больше, если будет привлекать местных жителей, желающих участвовать в возрождении своей малой Родины, сдавать туристам свое свободное жилье, умеющих грамотно проводить как очные, так и онлайн-экскурсии и т. д. Государственные гранты для молодежи и общественных движений, конечно, потребуют развития частного бизнеса, сертификации, инвестиций, но люди должны понимать, что эта система работает честно и максимально «прозрачно».

Главное и неперемное условие для развития внутреннего туризма и бизнеса в регионах и малых городах России – это эффективное взаимодействие местной власти и жителей в деле туристического обустройства своих территорий. Лишь в этом случае, когда у жителей, так и у гостей регионов не только сформируется доверие к местной власти, но и возникнет желание создавать, разрабатывать и вкладывать в развитие сферы туризма личные средства и душу, можно ожидать весомых результатов.

В заключение следует отметить, что кластеры являются инновационным и важнейшим национальным направлением развития внутреннего туризма в Российской Федерации. Однако не только применение кластерного подхода, но и использование инновационных технологий, а также переход к цифровой модели рыночной экономики приведут к положительным результатам для российского внутреннего и въездного туризма.

Список использованных источников

1. Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/>. – Дата доступа: 10.02.2022.

2. ЕМИСС Государственная Статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicators/search?searchText=инфляция>. – Дата доступа: 08.02.2022.
3. Министерство просвещения РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edu.gov.ru/national-project/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
4. Союз малых городов РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smgrf.ru/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/about>. – Дата доступа: 30.10.2021.
6. Rural Planning and Development. Ministry of Agriculture and Rural Development [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.moag.gov.il/en/Subjects/Rural_Planning_Development/Pages/default.aspx. – Date of access: 17.03.2022.

Голубеў С. Р.,
доктар эканамічных навук, прафесар, галоўны навуковы супрацоўнік
Цэнтра сістэмнага аналізу і стратэгічных даследаванняў НАН Беларусі

Пуплікаў С. І.,
кандыдат эканамічных навук, дацэнт, загадчык кафедры эканомікі і
кіравання ўстановы адукацыі «Інстытут прадпрымальніцкай дзейнасці»

Чэнь Цзяньбо,
аспірант Інстытута эканомікі НАН Беларусі

ТУРЫСТЫЧНАЯ СФЕРА КІТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЭСПУБЛІКІ Ў ДАПАНДЭМІЙНЫ І ПАСЛЯПАНДЭМІЙНЫ ПЕРЫЯД

За гады правядзення палітыкі рэформ і адкрытасці (пачынаючы з 1978 г.) Кітайская Народная Рэспубліка стала найбуйнейшай у свеце турыстычнай краінай. Стабілізацыя палітычнай і сацыяльна-эканамічнай сітуацыі ўнутры дзяржавы, бесперапынны рост дабрабыту насельніцтва, перамога над беднасцю, аб якой было заяўлена ў 2021 г., з'явіліся аб'ектыўнымі перадумовамі росту аб'ёмаў нацыянальнага турызму, павелічэння колькасці турыстычных паездак як за межамі рэспублікі, так і ўнутры яе.

Пачынаючы з 2013 г. Кітай па дадзеных Сусветнай турыстычнай арганізацыі становіцца лідарам па колькасці турыстаў, якія выязджаюць за межы краіны, абышоўшы па дадзеным параметры Злучаныя Штаты. У 2019 г. за межы Паднябеснай з турыстычнымі мэтамі выехала 169 млн чалавек. Калі ўлічыць, што ў гэтым жа годзе ў свеце было здзейснена 1,5 млрд турыстычных паездак, то кожнае дзясятае турыстычнае падарожжа ў свеце было здзейснена грамадзянамі КНР [1].

Паднябесная таксама з'яўляецца сусветным лідарам па ўнутраным турызме. Так, калі ў 1984 г. у межах тэрыторыі Кітая было здзейснена 200 млн турыстычных падарожжаў, то ў 2019 г. гэты параметр вырас у 30 разоў да 6 млрд. У 2019 г. кожны кітаец падарожнічаў у сярэднім чатыры разы на год, тады як у 1993 г. турыстычныя паездкі здзяйсняў толькі кожны трэці грамадзянін КНР. Турыстычныя выдаткі на ўнутраны турызм у 1984 г. склалі 8 млрд юаняў, а ў 2019 г. у намінальным выражэнні яны выраслі больш за 700 разоў [2]. І гэта не дзіўна: па колькасці аб'ектаў Сусветнай спадчыны ЮНЕСКА Кітай упэўнена апыраджае ключавыя сусветныя турыстычныя дзяржавы: Францыю і Іспанію, Вялікабрытанію і Германію, Індыю і Мексіку, ЗША і Расію.

З пачаткам пандэміі COVID-19 у свеце адбыліся глыбокія трансфармацыйныя зрухі. Перакрыццё межаў і глабальныя лакдаўны паставілі перад тураператарамі пытанні аб будучыні турыстычнай галіны і пасткрызіснай мадэлі развіцця турызму. Найважнейшым прынцыпам сёння ў турызме выступае забеспячэнне бяспекі падарожжаў. У сувязі з гэтым трэба ўказаць на шэраг сусветных тэндэнцый у турыстычнай галіне, якія характэрны і для КНР.

Перш за ўсё, усё большую папулярнасць пачынае набываць лічбавы турызм: анлайн-наведванне музеяў, вернісажаў, рознага роду выстаў; анлайн-наведванне тэатральных пастановак і сусветных прэм'ер, анлайн-праслухованне лекторыяў і анлайн-прагляды прамых трансляцый розных знакавых мерапрыемстваў. Найбольш характэрнай у гэтым плане стала распрацоўка супрацоўнікамі музейнага комплексу Гугун падрабязнай віртуальнай экскурсіі па Забароненым горадзе, як прадаўжэнні экскурсіі па цэнтральнай плошчы кітайскай сталіцы – Цяньаньмэнь.

Далей, ва ўсім свеце і ў КНР, у прыватнасці, разгорнуты праграмы павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі работнікаў турыстычнай галіны. Паднябесная актыўна праводзіць анлайн-трэнінгі і, мяркуючы па кітайскіх СМІ, інтэнсіўна рыхтуе для айчынных турыстычных фірм мультымоўны персанал. Мяркуюцца, што пасля «перазапуску» масавага турызму якасць прадастаўляемых турыстычных паслуг паднімецца на новы, найвышэйшы ўзровень.

Нарэшце, у цяперашні час спажывцамі турыстычных паслуг асноўная стаўка робіцца на індывідуальны неарганізаваны турызм, прычым нават не ў межах сваёй краіны (асабліва такіх вялікіх, як Кітай), а ў рамках таго ці іншага рэгіёна, правінцыі, павета. Гэтаму садзейнічаюць і намаганні ўлад. Напрыклад, у Паднябеснай ва ўмовах пандэміі асаблівы акцэнт быў зроблены на пераарыентацыю выязных турыстаў на ўнутраныя рынкі краіны і павышэнне якасці турыстычных паслуг айчыннымі турфірмамі. Галоўная ўвага пры гэтым засяроджана на прасоўванні кітайскіх каштоўнасцей, а таксама на ўключэнне ідэалагічнага складальніка ў змест экскурсій.

У рабоце турыстычных фірм улік пазначаных вышэй тэндэнцый будзе мець у бліжэйшы час першараднае значэнне. Справа ў тым, што ў 2020 г. на фоне пандэміі COVID-19 доля дабаўленай вартасці індустрыі турызму і спадарожных галін у структуры ВУП Кітая істотна прасела і склала прыкладна 4,06 трлн юаняў (каля 637,45 млрд дол. ЗША), што на 9,7 % менш, чым годам раней. Указаны параметр склаў 4,01 % ад ВУП краіны, што на 0,55 п. п. менш, чым у 2019 г. Пры гэтым дабаўленая вартасць гасцінічнай гаспадаркі ўпала на 28,8 % у гадавым выпічэнні, а паказчыкі ў сферы падарожжаў і грамадскага харчавання знізіліся на 12,1 % і 10,8 % адпаведна ў параўнанні з папярэднімі годам [3].

У 2021 г. назіралася няўстойлівае аднаўленне турыстычнай галіны краіны. Колькасць унутраных турыстычных паездак у Кітаі дасягнула 3,43 млрд,

што на 19 % больш, чым у 2020 г. Пры гэтым гадавы даход толькі ад турызму (без уліку сумежных галін) склаў 3,02 трлн юаняў, павялічыўшыся на 35 % у гадавым выплічэнні. Рухаючымі сіламі ажыўлення індустрыі турызму стаў попыт гараджан на забаўляльна-дасугавыя мерапрыемствы і попыт сельскага насельніцтва на экскурсійныя паездкі.

Дасугавыя мерапрыемствы на месцах, кароткатэрміновыя паездкі, самастойна арганізаваныя падарожжы, сямейныя і культурна-пазнавальныя туры застануцца найважнейшымі трэндамі турыстычнай галіны Кітая і ў 2022 г. Па прагнозе, сёлета даходы Кітая толькі ад унутранага турызму (без уліку сумежных галін) дасягнуць 3,81 трлн юаняў (каля 598 млрд дол. ЗША). Чакаецца таксама, што ў 2022 г. у Кітаі будзе здзейснена ў агульнай складанасці 3,98 млрд паездак, што складае менш за 70 % ад узроўню 2019 г. [4].

Пераадоленню наступстваў пандэміі COVID-19 будзе садзейнічаць таксама рэалізацыя палажэнняў Плана развіцця турыстычнай галіны Кітая на перыяд 14-й пяцігодкі (2021–2025 гг.). У адпаведнасці з названым дакументам, да 2025 г. у КНР будзе сфарміравана сістэма турызму, якая поўнасьцю адпавядае сучасным патрабаванням, а да 2035 г. Паднябесная павінна стаць сусветнай дзяржавай у сферы турызму, дзе будзе прадстаўлена шырокая разнастайнасць турыстычных аб'ектаў, уключаючы нацыянальныя культурныя паркі, славукасці і курорты сусветнага класа, а таксама прыведзеныя ў поўную адпаведнасць з чаканнямі сучасных падарожнікаў турыстычна-рэкрэацыйныя гарады і кварталы дзяржаўнага ўзроўню. Па сутнасці, турызм павінен ператварыцца ў «візітную картку» індустрыі паслуг Кітая. Пры гэтым галоўнай рухаючай сілай аднаўлення турыстычнай індустрыі ў краіне стане кітайскі сярэдні клас. Калі да пачатку 2021 г. у Кітаі налічвалася каля 400 млн чалавек, якіх можна было аднесці да дадзенай катэгорыі насельніцтва, то да 2035 г. у рамках доўгатэрміновага планавання чакаецца павелічэнне іх колькасці ўдвая – да 800 млн чалавек. Усе яны будуць мець патрэбу ў высокакласных турыстычных паслугах, а значыць, аб'ёмы ўнутранага турыстычнага рынку і даходы тураператараў будуць павялічвацца [5].

Сёння ў Кітаі, які налічвае больш за 40 тысяч турыстычных фірм, развіваюцца самыя разнастайныя віды турызму [6]. У апошні час найболей распаўсюджаным відам выступае так званы «чырвоны» турызм, які складаецца ў наведванні месцаў баявой і рэвалюцыйнай славы і перажывае ў 20-я гг. XXI ст. сапраўдны бум.

У 2021 г. у азнаменаванне 100-годдзя заснавання Камуністычнай партыі Кітая Міністэрства культуры і турызму КНР сумесна з Аддзелам прапаганды ЦК КПК, Інстытутам па вывучэнні партыйнай гісторыі і дакументацыі пры ЦК КПК і Дзяржаўным камітэтам па справах развіцця і рэформ КНР прэзентавалі 100 маршрутаў «чырвонага» турызму. Усе маршруты падзелены

на тры асноўныя тэматычныя катэгорыі: «Памятаць гісторыю рэвалюцыі і ўспадкаваць дух барацьбы» (52 туры), «Захоўваць каштоўнасці вялікай дзяржавы і сілу Радзімы» (20 тураў) і «Убачыць на свае вочы дасягненні ў ліквідацыі беднасці і ўздыме сяла» (28 тураў).

У ліку экскурсій першай тэматычнай накіраванасці вылучаецца маршрут пад назвай «Вялікі шлях – сучаснік гісторыі». Ён пачынаецца на цэнтральнай плошчы кітайскай сталіцы Цяньаньмэнь, ідзе ўздоўж Помніка народным героям, Нацыянальнага музея Кітая, Мемарыяльнага музея, прысвечанага Руху за новую культуру, дома-музея Лі Дачжаа (аднаго з заснавальнікаў Камуністычнай партыі Кітая, аднаго з першых кітайскіх марксістаў і камуністаў), Мемарыяльнага музея супраціўлення кітайскага народа японскім захопнікам, моста Лугоўцяа і мемарыяльнага музея «7 лютага». Маршрут улічвае ўсе асноўныя гістарычныя падзеі, якія адбыліся ў Пекіне пасля «Руху 4 мая» (1919 г.), а таксама важныя вехі ў гісторыі кітайскай рэвалюцыі і гісторыі будаўніцтва Новага Кітая, дэманструючы дасягненні КНР у галіне дзяржаўнага будаўніцтва. Адным з ключавых цэнтраў прыцягнення турыстаў у іншых буйных гарадах краіны традыцыйна з'яўляецца Дом-музей першага з'езда КПК у Шанхаі. У ім турысты могуць убачыць абстаноўку, у якой праходзіў I з'езд, які даў пачатак Камуністычнай партыі Кітая, гістарычныя дакументы і экспанаты, прысвечаныя гісторыі марксізму і камуністычнага руху ў Кітаі.

Маршруты другой тэматычнай катэгорыі прысвечаны сусветна вядомым дасягненням Кітая ў галіне навукі, тэхнікі і інфраструктурнага будаўніцтва. Значнай лакацый тут выступае канал Хунцзі («Чырвоны сцяг») у правінцыі Хэнань, даўжыня якога складае больш за 70 км. Гэты ўнікальны гідратэхнічны будынак быў прарыты мясцовымі жыхарамі. Дух канала Хунцзі ўвайшоў у гісторыю КПК як сімвал апоры на ўласныя сілы, цяжкай працы, адзінства, супрацоўніцтва і бескарыслівага ўкладу.

Туры трэцяй тэматычнай групы прадстаўляюць намаганні Кітая па скарачэнні беднасці, адраджэнні сельскіх раёнаў і паляпшэнні стану навакольнага асяроддзя. Экскурсіі гэтай групы цесна звязаны з іншым відам турызму – сельскім і расказваюць аб тым, як за гады правядзення палітыкі рэформ і адкрытасці (пачынаючы з 1978 г. і да 2021 г.) Камуністычная партыя Кітая вывела з галечы 770 млн кітайскіх сельскіх жыхароў, што складае 70 % усіх, хто мае патрэбу ў свеце.

Што да ўласна сельскага турызму ў Кітаі, то да яго асноўных відаў можна аднесці наступныя.

Па-першае, агратуры з мэтай ўваходжання ў сельскае жыццё, якія прадугледжваюць абавязковы ўдзел у працэсе сельскагаспадарчай вытворчасці і збору агракультур (напрыклад, гародніны, садавіны, ягад, гарбаты, кветак і да т. п.). У рамках гэтых тураў асобныя турысты аддаюць перавагу

праводзіць час, назіраючы за ростам рысу, дэгустуючы хатнюю ежу ці займаючыся рыбалкай на беразе мора. Напрыклад, рыбацкая вёска Саньду на ўскраіне горада Цзяньдэ (Чжэцзян, Усходні Кітай), размешчаная на месцы зліцця рэк Сіньянцзян, Ланьцзян і Фучуньцзян, атрымала другое нараджэнне дзякуючы развіццю рыбалоўнага турызму, які абапіраецца на мясцовую старажытную традыцыйную культуру. Падкрэслім, што разгледжаны від турызму, як правіла, рэалізуецца ў прыгарадах буйных гарадоў, такіх як Пекін, Чунцын, Шанхай, Цяньцзінь, і па большай частцы ўяўляе сабой туры выходнага дня.

Па-другое, фальклорныя туры з мэтай знаёмства з багатай культурнай спадчынай, унікальнай архітэктурай і звычаямі малых народаў Кітая (у краіне пражывае 56 народнасцей).

Нарэшце, па-трэцяе, сельскія адукацыйныя туры, да якіх можна аднесці наведванне выставак дасягненняў сельскай гаспадаркі, розных экспа-паркаў, музеяў. Такія туры знаёмяць з інавацыямі ў сельскай гаспадарцы і з яго гісторыяй. Асноўнай мэтавай аўдыторыяй сельскага адукацыйнага турызму становіцца моладзь і навучэнцы.

У апошнія гады сельскі турызм стаў новай рухаючай сілай для стымулявання спажывання ў паветах і вёсках, а таксама аднаўлення турыстычнага рынку ў цэлым. За кошт развіцця сельскага турызму ў Кітаі былі дасягнуты ўражальныя вынікі ў такіх сферах, як садзейнічанне занятасці сельскага насельніцтва, паляпшэнне жыллага асяроддзя, будаўніцтва лічбавых вёсак і ўдасканаленне сельскай інфраструктуры. Напрыклад, вёска Саньхэ каля г. Чэнду (правінцыя Сычуань, Паўднёва-Заходні Кітай) з дапамогай мясцовых турыстычных рэсурсаў і з дапамогай правадзення музычных фестываляў кожны год прымае больш за 200 тысяч турыстаў. Штогадовы аб'ём турыстычнага спажывання ў Саньхэ складае звыш 30 млн юаняў (4,71 млн дол. ЗША). Дзякуючы развіццю турызму сукупны даход жыхароў вёскі Саньхэ ў 2020 г. дасягнуў 1,62 млн юаняў (254,51 тысяч дол. ЗША) [7].

Новым напрамкам у турыстычнай галіне КНР, накіраваным на стымуляванне эканамічнага развіцця рэгіёнаў, стала будаўніцтва турыстычных кластараў. Яны павінны сфарміраваць адзіны турыстычны брэнд групы славуцасцей, які павысіць пазнавальнасць рэгіёна і будзе садзейнічаць росту турыстычных патокаў. На думку кіраўніцтва Міністэрства культуры і турызму КНР, кластар створыць новыя ланцужкі дабаўленай вартасці і дасць магчымасць эканоміць рэсурсы за кошт іх інтэграцыі. Сінергетычны эффект кластара дазволіць сфарміраваць новыя працоўныя месцы, у тым ліку ў іншых галінах народнай гаспадаркі, а прыбытак мясцовых прадпрыемстваў падштурхне развіццё інфраструктуры і эканомікі ўсяго рэгіёна.

У поўнай адпаведнасці з гэтымі ўстаноўкамі развіваецца створаны ў 2013 г. у горадзе Баао на востраве Хайнань (Паўднёвы Кітай) інавацыйны

турыстычны кластар у галіне аховы здароўя Лэчэн. Сёння пілотная зона міжнароднага медыцынскага турызму Лэчэн лічыцца «візітнай карткай» Хайнана. Выручка ўстаноў, зарэгістраваных на тэрыторыі медыцынскага кластара, у 2021 г. павялічылася на 83,7 %, да 1,53 млрд юаняў (больш за 240 млн дол. ЗША). У тым жа годзе паслугамі размешчаных у Лэчэне клінік скарысталіся звыш 127 тысяч турыстаў [8].

Таксама ў бліжэйшы час будзе створаны лічбавы турыстычны кластар у Вялікім заліве (яго галоўнай «фішкай» стане пабудаваны ў 2018 г. самы вялікі ў свеце марскі мост, які злучыў гарады Ганконг, Чжухай і Макао). Хутка з'явіцца экалагічны туркластар у басейне Жамчужнай ракі, які будзе ўключаць узгорыстую расліннасць, трапічныя мусонныя лясы і дажджавую флору ў гарах Гуансі і Гуандун. У трапічны рай маюць намер ператварыць і востраў Пінтань, размешчаны на паўднёвым усходзе Кітая. Згодна з планамі ўрада, тут будуць развіваць усе даступныя віды марскога турызму, аж да стварэння міжнароднага круізнага порта.

Паспяховае правядзенне зімовых Алімпійскіх гульняў у Пекіне ў 2022 г. дало штуршок развіццю праграмам зімовага турызму. Гэты даволі дарагі тып адпачынку сёння карыстаецца ўсё большай папулярнасцю з боку кітайскіх турыстаў.

У заключэнне падкрэслім: з прыходам пандэміі COVID-19 стала відавочным, што чалавецтва павінна навучыцца суіснаваць з ужо вядомымі і магчымымі ў будучыні хваробамі. Важна не перарываць актыўную працу па фармаванні новых стратэгий узнёўлення турызму і развіцці яго асноўных відаў. І ў гэтым плане, як нам бачыцца, Кітайская Народная Рэспубліка мае поспех, што павінна паслужыць прыкладам і для Рэспублікі Беларусь.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Федоровский, А. Н. Взаимодействие Республики Корея и Японии с Китаем: возможности, риски и перспективы / А. Н. Федоровский, В. Г. Швыдко // Мировая экономика и международные отношения. – 2020. – Т. 64. – № 6. – С. 123–132. – DOI10.20542/0131-2227-2020-64-6-123-132.
2. Заклязьминская, Е. О. Туристическая отрасль в стратегии развития Китая / Е. О. Заклязьминская. – М.: ИМЭМО РАН, 2021. – С. 89.
3. Добавленная стоимость сферы туризма и соответствующих отраслей в Китае сократилась в 2020 году [Электронный ресурс] // Синьхуа Новости. – Режим доступа: http://russian.news.cn/2022-01/02/c_1310405911.htm. – Дата доступа: 29.07.2022.
4. В 2022 году доходы Китая от внутреннего туризма приблизятся к 600 млрд долларов США – эксперт [Электронный ресурс] //

- Синьхуа Новости. – Режим доступа: http://russian.news.cn/2022-01/03/c_1310406405.htm. – Дата доступа: 29.07.2022.
5. В Китае опубликован план развития туризма в период 2021–2025 гг. [Электронный ресурс] // Синьхуа Новости. – Режим доступа: http://russian.news.cn/2022-01/21/c_1310434204.htm. – Дата доступа: 29.07.2022.
 6. В Китае насчитывается более 40 тыс. турагентств [Электронный ресурс] // Синьхуа Новости. – Режим доступа: http://russian.news.cn/2021-02/12/c_139738982.htm. – Дата доступа: 29.07.2022.
 7. Сельский туризм стал новой движущей силой в сфере потребления и восстановления туристического рынка Китая [Электронный ресурс] // Синьхуа Новости. – Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n3/2022/0113/c31516-9944321.html>. – Дата доступа: 29.07.2022.
 8. Медицинский кластер на Хайнане внедрил 228 импортных препаратов по специальным лицензиям [Электронный ресурс] // ТАСС: Новости в России и мире. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/15076133>. – Дата доступа: 29.07.2022.

ИЧЕРИШЕХЕР КАК ЦЕНТР МИРОВОГО ТУРИЗМА

Туризм – это поездки, которые сопровождаются отдыхом, развлечениями, знакомством, познаниями, в связи с чем проводятся экономические, культурные, технические мероприятия для путешествия в один регион или страну. Туристическая поездка – это не только перемещение людей из одного места в другое, но и культурное, экономическое, социальное общение.

Путешествуя, люди не только познают красоту мира, но и красоту своей страны, знакомясь с культурным наследием предков, верят в необходимость того, как важно оставить для будущих поколений мир, в котором было бы комфортно жить, смотрят на жизнь с различных углов зрения.

Туристы вносят огромную прибыль в экономику страны или региона, который посещают. Туризм является областью, которая обеспечивает развитие каждой страны.

Азербайджан является страной с широкой туристической инфраструктурой. В последнее время в этой области в Азербайджане наблюдается большой прогресс. Серьезными шагами на пути развития экономики страны, в том числе сектора туризма, явились указы президента Азербайджана от 2003 г. «О мероприятиях по ускорению социально-экономического развития в Азербайджанской Республике» и от 2004 г. «Государственная программа по социально-экономическому развитию регионов Азербайджанской Республики». В 2008 г. число туристов, посетивших Азербайджан, превысило 1 млн 300 тысяч. В апреле 2009 г. в Баку, в Спортивно-концертном комплексе им. Гейдара Алиева, уже в восьмой раз была проведена выставка международного туризма. В выставке приняли участие 78 туристических организаций из 20 стран. «Государственная программа по развитию курортного туризма в Азербайджанской Республике в 2009–18 гг.» создает предпосылки для развития курортного сектора страны в плановом порядке и рационального использования этого направления туризма.

Объявление 2011 г. годом туризма и продолжение этой традиции в 2012 г. свидетельствует о развитии туризма в Азербайджане и внимании и заботе государства к этой статье доходов.

В настоящее время особый интерес у туристов вызывает выстроенный из камня Ичеришехер.

Ичеришехер является уникальной жемчужиной азербайджанского зодчества расположен в центре г. Баку на территории в 22,5 га. В древнем городе насчитывается сотня исторических памятников, 4 из которых – памятники

мирового значения, 28 – государственного и около 700 местного значения. В Ичеришехер проживают 1300 семей, расположено несколько музеев, 18 отелей, более 100 торговых объектов, объектов бытового обслуживания. Будучи городом в городе и раскинувшись на берегу Каспийского моря на небольших холмах, Ичеришехер окружен крепостными стенами.

В 2000 г. вместе с Девичьей башней и комплексом Дворца Ширваншахов включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Для привлечения туристов в Ичеришехер и их комфорта здесь проведены соответствующие мероприятия. В этом направлении работа проводится систематически. Большая роль отведена Государственному историко-архитектурному заповеднику Ичеришехер, который был создан Указом президента Азербайджана от 10 апреля 2005 г.

За последние годы на территории заповедника было открыто 4 информационных центра. Здесь разработаны 4 туристических маршрута, для туристов организована услуга гидов на азербайджанском и трех иностранных языках. Создана система аудиогидов на азербайджанском, русском и английском языках, отвечающая международным стандартам. Этот вид услуг впервые был применен в Азербайджане под открытым небом в Ичеришехер.

Для организации экскурсий на высшем уровне в Ичеришехер в распоряжение туристов представлены электромотоциклы. Для облегчения продвижения туристов по заповеднику на территории имеются информационные указатели и карты. Для туристов подготовлены на двух языках карта Ичеришехер, а также целый ряд информационных книжечек, брошюр (на азербайджанском, русском, английском языках), миниатюрные книги, фотоальбомы, открытки, музыкальные диски, календари, сувениры и другие агитационные материалы.

Самым привлекательным для туристов в Ичеришехер являются уникальные жемчужины культурного наследия азербайджанского народа Девичья башня, комплекс Дворца Ширваншахов, мечеть Мухаммада, колоннада со стрельчатыми арками. С целью сохранения этих памятников для последующих поколений предприняты серьезные шаги и в настоящее время ведется работа в этом направлении.

Археологический парк. Одним из широко распространенных видов туризма в последнее время является археотуризм. Для развития этого вида туризма в Азербайджане имеются широкие возможности. В первую очередь необходимо произвести консервацию территории, где проводились археологические раскопки, далее вокруг этой территории должна быть создана инфраструктура, и эти памятники должны быть приведены в состояние, соответствующее требованиям туризма.

Посещая ту или иную страну, туристы отдают предпочтение знакомству с историческими памятниками, древними местами поселения. В Азербайджане

не таких памятников очень много. Археологические исследования в Кабале, Шамкире, Гейтепе и Ахсу оказывают огромную услугу развитию археологического туризма. В настоящее время проводятся широкие работы в этом направлении.

В мире давно практикуется создание археопарков, инфраструктуры археологического туризма. В Италии, недалеко от Рима, расположен *памятник «Форум Рима»*, который посещают все туристы, прибывшие в Италию.

Форум был обнаружен в результате археологических раскопок в начале XX в. и консервирован.

В распоряжении туристов имеются такие крупные археопарки Италии, как *«Помпей»*, *«Геркуланум»*, *«Стаби»*.

Лидерами в области археотуризма являются Франция, Германия, Чехия, Турция.

После многолетних археологических раскопок на территории античных городов вблизи Анталии в Турции выявлены уникальные памятники, которые консервированы и служат в целях туризма.

Со стороны Государственного историко-архитектурного заповедника Ичеришехер созданный на территории Ичеришехер археопарк служит пропаганде богатого культурного наследия и исторического прошлого. За короткое время этот парк стал любимым местом отдыха для местных жителей и гостей столицы Азербайджана.

Важную роль в создании этого парка сыграл как мировой опыт археотуризма, так и вера в перспективу этой традиции в Азербайджане.

Три раскопочных участка на территории археопарка охватывают период с X по XIII в. Территория вокруг этих участков, обнаруженных в 1982–1985 гг. и в 2010 г., приведена в порядок. Два из этих участков исследованы руководителем бакинской археологической экспедиции Ф. Ибрагимовым, другой участок археологами Т. Достиевым и К. Ибрагимовым.

Первичные исследования выявили тайные подземные пути, водные пути, выдолбленные в скале, колодец с пресной водой и хозяйственные колодцы, места расположения тендиров, архитектурные памятники, относящиеся к различным периодам истории.

Во время раскопок 2010 г. были обнаружены остатки других строений.

Предметы материальной культуры, обнаруженные здесь, это обломки глазурованной и неглазурованной посуды, поддоны из глины, наконечники кальянов, керамическая посуда, предметы, изготовленные из костей животных. Медные монеты свидетельствуют о богатом археологическом наследии этой территории. Ракушечный пласт на скалах говорит о том, что когда-то эта территория находилась под водой. В центре археопарка расположен бюст народного художника Азербайджана основоположника школы карикатуры

в Азербайджане Азима Азимзаде. Как известно, выдающийся художник создал галерею картин, на которых нашли отражение виды Баку, быт бакинцев, живые портреты различных типов и представителей различных профессий. Одним словом, основой творчества Азима Азимзаде был старый Баку и бакинцы.

В археопарке мы видим фигуры народных музыкальных инструментов, изготовленных из бронзы. Эти фигуры еще больше привлекают внимание к археопарку.

Музеи в Ичеришехер. В Ичеришехер функционирует 6 музеев, которые обслуживают гостей и местных жителей. Это следующие музеи.

Девичья башня – является величественным и таинственным архитектурным памятником Баку и Апшерона. Башня расположена в юго-восточной части крепостных стен (Ичеришехер), около приморского парка, и является историческим памятником. Высота башни 28 м, диаметр на первом этаже 16,5 м. Толщина стен на первом этаже составляет 5 м. Внутренняя часть башни разделена на 8 этажей. Каждый этаж отстроен из тесаного камня и покрыт куполообразным потолком. Башня с 1964 г. функционирует как музей, в 2000 г. включена в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Нет аналогий Девичьей башни на всем Ближнем Востоке, что свидетельствует о ее архаичности. Некоторые исследователи считают Девичью башню местом богослужения огнепоклонников и в связи с этим датируют башню VIII–VII вв. до н. э. Другие считают башню оборонительным сооружением, которое входило в общую оборонительную систему государства Ширваншахов.

В настоящее время работы по консервации памятника завершены и новая экспозиция представлена гостям столицы и местным жителям.

Дворец Ширваншахов построен в XV в. Ширваншахом Халилаллахом I. Дворцовый комплекс расположен в центре Баку, в Ичеришехер, и является одним из примечательных архитектурных сооружений Ближнего Востока. В комплекс входят здание дворца Ширваншахов, Диванхане, мечеть Кей-Губада, усыпальница Ширваншахов (1435/36 гг.), Шахская мечеть (1441 г.), мавзолей Сейид Яхья Бакуи, врата Мурада (1585 г.), дворцовая башня и овдан (водохранилище). Дворец Ширваншахов с 1964 г. функционирует как музей и в 2000 г. вместе с Девичьей башней включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Музей миниатюрной книги.

Открытие музея было приурочено к Международному дню книги и авторских прав, учрежденного ЮНЕСКО 23 апреля 2002 г., который отмечается ежегодно. Открытие музея, расположенного рядом с Дворцом Ширваншахов, прошло в торжественной обстановке. Экспозиция музея размещена на 27 витринах. Сюда помещены 3750 миниатюрных книг, изданных в 60 странах мира. Фонд музея состоит из 5300 миниатюрных изданий.

Основатель музея Зарифа Салахова собрала эту коллекцию за 20 лет.

Большой интерес вызывают такие издания, как «Миниатюрные книги, изданные в Азербайджане», «Редкие миниатюрные книги», «Религиозная литература в миниатюрных книгах», изданная еще при жизни А. С. Пушкина в Санкт-Петербурге в 1837 г. «Пушкиниана», куда вошла поэма «Евгений Онегин». В экспозиции выставлена книга «Гейдар Алиев. Контракт века», изданная в Баку в 1998 г., а также изданная в Лондоне в 1815 г. «История Англии». И другие редкие экземпляры привлекают внимание. Здесь представлены книги, изданные в 62 странах мира. Размер книг составляет от 2 до 10 мм. Самой миниатюрной книгой в коллекции музея являются изданные в Японии в 1979 г. 3 микрокниги. Обложка этих книг изготовлена из бараньей кожи, размер 2 × 2 мм. Каждая книга состоит из 16 страниц. Для прочтения имеется своя лупа. Кроме понедельника и четверга, в остальные дни музей принимает посетителей с 11.00 до 17.00, вход бесплатный.

Музей археологии и этнографии демонстрирует археологические находки, отражающие все этапы истории, начиная с каменного века до позднего средневековья, этнографический материал XIX – начала XX в. Экспонаты музея создают полное представление о стоянках первобытного человека на территории Азербайджана, о поселениях скотоводов и оседлого населения, о ранней городской культуре, захоронениях, об истории и материальной культуре древних государств, об искусстве древнего периода Азербайджана, об образе жизни, хозяйстве, духовной культуре предков азербайджанцев. Музей создан в 1981 г., расположен в Ичеришехер, на ул. Большая Крепостная.

Дом-музей Камиля Алиева. Камиль Алиев являлся выдающимся представителем художественной школы в Азербайджане. Основной заслугой Камиля Алиева в декоративно-прикладном искусстве Азербайджана является использование реалистического портретного жанра в ковроткачестве. Среди художников Азербайджана он первым стал изображать на коврах портреты выдающихся личностей. В четырехэтажном каменном доме, где он провел последние 11 месяцев своей жизни, сегодня располагается дом-музей Камиля Алиева. В этом музее хранятся 127 авторских трудов мастера и незавершенные работы. Музей расположен в Ичеришехер на ул. Гулле, 18.

Дом-музей Вагифа Мустафазаде. Вагиф Мустафазаде (1940–1979) является выдающимся джазовым композитором и пианистом Азербайджана. Вагиф Мустафазаде покорял своих слушателей техникой виртуального исполнения и своеобразной музыкальной гармонией. Он был первым, кто использовал азербайджанский колорит (мугам) в джазе и являлся основоположником азербайджанского джаза. Будучи автором многочисленных джазовых композиций и аранжировок Вагиф Мустафазаде в то же время является автором симфонической и камерной музыки.

Музей создан в 1989 г. В экспозиции музея имеется более 1200 экспонатов. Здесь хранятся произведения искусства, предметы быта, личные вещи Вагифа Мустафазаде, фотокарточки, афиши, пластинки, документы и принадлежащие композитору другие экспонаты. В 2010 г. был отмечен 70-летний юбилей композитора. Был проведен целый ряд мероприятий, посвященных его памяти. Музей располагается в Ичеришехер по адресу: угол Вагифа Мустафазаде, 4, кв. 9.

Помимо этого, для рационального отдыха туристов и местных жителей в Ичеришехер функционируют многочисленные галереи, выставочные залы, где можно не только ознакомиться с работами художников, скульпторов, работами мастеров прикладного искусства, но и приобрести их.

Праздник *Новруз в Ичеришехер* и внимание туристов. Было бы ошибочным оценивать Ичеришехер только лишь как крепость, оборонительный пункт. Эта территория одновременно является историческим местом хранения и обогащения национально-культурных ценностей.

Территория от Парных ворот до Девичьей башни и выше. Тянувшийся отсюда внутренний бульвар играл роль центра крепости, где люди обычно прогуливались, торговали, проводили гулянья, национальные праздники. Специалисты по праву утверждают, что внутренний бульвар с окружающими его постройками и созданной им площадью представлений являлся для Ичеришехер тем же, чем является Колизей для Рима.

Ичеришехер по сравнению с внешним городом, который постоянно растет и развивается, по истечении времени превращается в окаменевшую память нашего прошлого, в целом, в огромный музей. Многие национальные праздники и традиции, которые официально на государственном уровне не отмечались, но жили в сознании и быте людей, как будто бы впитались в стены Ичеришехер, окаменели и дошли до наших дней. С усилением национального возрождения обычаи и традиции тысячелетней давности стали оживать в Ичеришехер. После завоевания национальной независимости праздник Новруз стал отмечаться на высочайшем уровне.

Общенациональный лидер Гейдар Алиев возродил традицию проведения в Ичеришехер праздника Новруз с народными гуляньями. Он сам с большим интересом принимал участие в этих празднествах, отмечал этот праздник среди народа. Продолжая путь общенационального лидера, президент Ильхам Алиев каждый год в связи с празднованием Новруз-байрама встречается с жителями Баку именно в Ичеришехер, проводит беседы, демонстрируя свою приверженность традиции, которая была заложена общенациональным лидером.

Празднование Новруза в 2009 г. оставило неизгладимый след в сознании людей. Президент Ильхам Алиев, первая леди Мехрибан Алиева и их дочь

Лейла Алиева вместе с приглашенным на международный фестиваль «Мир Мугама» тогдашним генеральным директором ЮНЕСКО Коширио Матсуура с другими гостями посетили Ичеришехер, что придало празднику еще большую торжественность, подняло всем настроение и оставило неизгладимые впечатления. В этот день, 20 марта, выдавший виды древний Ичеришехер стал свидетелем самого торжественного празднования Новруза.

Президент Азербайджана Ильхам Алиев всегда присоединяется к празднествам, бывает среди народа, проводит искренние беседы. Каждый год президент начинает этот день с гуляний в Ичеришехер, зажигает костер Новруза перед Девичьей башней. Видимо, это носит символический характер: Ичеришехер, Девичья башня и огонь костра Новруза...

В дни празднования Новруза в Ичеришехер наблюдается большое скопление туристов. Среди них есть такие, для которых участие в празднествах Новруза в Ичеришехер стало традицией. Богатый колорит праздника Новруз, его атрибуты, организация в эти дни Мейдан базаров вызывают особый интерес у гостей нашего города.

Фестиваль Мейдан Базары. Исторически Ичеришехер имел своеобразную городскую среду, обычаи, обряды. Расположение этого древнего города, окруженного крепостными стенами на Шелковом пути, и прохождение торговых караванов отсюда оказали серьезное влияние на строительство караван-сарая и формирование традиций базара. Естественно, как во всех средневековых восточных городах, базар играл ведущую роль как в общественно-политической, так и в экономической жизни Ичеришехер.

Реализация с 2009 г. Государственным историко-архитектурным заповедником «Ичеришехер» по воскресным дням рядом с парными воротами проекта «Мейдан базары» еще раз вспоминает традиции Восточного базара, которые имелись в старом городе. Демонстрация старого быта в современную эпоху в новой постановке превратилась для жителей нашего города и гостей столицы в массовое представление. Этот проект можно считать составной частью возрождения и популяризации Ичеришехер этой культурной, исторической, архитектурной и этнографической жемчужины нашего народа.

Традиция «Мейдан базара» очень интересна. С одной стороны, люди в национальной одежде прогуливаются по старому городу, с другой – гончары, сапожники, еще дальше – женщины, продающие изделия из шитья. В местах, отведенных для продажи, – вязанные изделия из шерсти, чарыхи, бута, ковры и паласы, работы художников, фигуры из дерева, бусы, национальная одежда, резьба по дереву, ювелирные изделия и другие предметы прикладного искусства превращаются одновременно в экспонаты большой выставки на Мейдан базаре. Для посетителей базара создается возможность познакомиться с мастерами, познать тонкости мастерства, лично участвовать в создании

этого произведения искусства, отведают национальные напитки и кухню. Особое удовольствие посетителям доставляют развлекательные представления атрибутов Мейдан базара Коса и Кечала. Образы, созданные актерами в национальной одежде, сценки, отражающие национальные традиции, культуру, историю азербайджанского народа, на миг погружают зрителей в атмосферу древнего Баку.

Организация базара в особенности вызывает интерес у туристов. Они довольны от встречи с мастерами, получения ответа на интересующие их вопросы, от приобретения понравившихся предметов. Гости из различных стран вместе с танцорами в национальной одежде танцуют, отвечают на шутки Кечала и Косы.

Международный фестиваль искусств «Девичья башня». В последние годы в Ичеришехер проводятся крупные мероприятия, привлекающие внимание туристов и местных жителей. Одним из них является международный фестиваль искусств «Девичья башня».

Проводимый по инициативе фонда Гейдара Алиева, этот фестиваль реализуется Государственным историко-архитектурным заповедником «Ичеришехер», музеем современного искусства и галереей искусств «Девичья башня». Основной целью этого фестиваля, проводимого с 2010 г. регулярно, является пропаганда древнего, величественного памятника всемирного значения – Девичьей башни. Являясь символом нашего города, этот памятник, включенный в список Всемирного наследия, являясь жемчужиной архитектуры и древней истории, в то же время имеет всемирное культурное значение.

Участниками первого фестиваля «Девичья башня», проводимого с 26 по 29 мая 2010 г., стали 20 художников из 18 стран мира. Первая леди Азербайджана Мехрибан Алиева, представив на фестиваль свою авторскую работу, таким образом поддержала фестиваль.

В мае 2011 г. во втором фестивале, проходившем три дня у стен Девичьей башни, приняло участие 25 художников из 20 стран мира. Участники фестиваля в течении трех дней, украшая макет Девичьей башни в своем национальном стиле, создали произведения, отражающие синтез различных культур. В Ичеришехер были открыты выставки, на которых демонстрировались эти произведения. Украшение макетов Девичьей башни национальными орнаментами различных народов было высоко оценено с точки зрения сближения культур.

Фестиваль превратился в место общения творческих людей, представлявших различные страны. Одна из участниц мероприятия художник из Литвы Скайдра Янчаите призналась в том, что получила огромное удовольствие от участия в фестивале, нашла здесь много друзей. Директор музея современного искусства Мексики Освальде Санчез, руководитель галереи искусств Узбекистана «Карван», искусствовед Наталья Мусина подчеркнули, что фонд Гей-

дара Алиева уделяет большое внимание развитию национальной культуры, расширению межкультурного диалога и что этот фестиваль служит высоким целям.

Руководитель галереи искусств «Девичья башня» Эмин Мамедов, указав на успешное проведение международного фестиваля искусств, подчеркнул особую любовь творческих людей из разных стран к Девичьей башне и оценил это как дань уважения к историческому памятнику всемирного значения.

В мае 2012 г. участниками уже традиционного фестиваля стали известные художники из 24 стран. На этот раз впервые были подготовлены макеты животных, популяциям которых грозит вымирание. Этот фестиваль запомнился освещением Девичьей башни технологией *video-mapping*. Это явилось отличительной чертой данного фестиваля от предыдущих. На церемонии закрытия фестиваля проекции макетов, соответствующих архитектуре памятника, были отражены на стенах Девичьей башни, создав красочный пейзаж. Жители Баку и гости города несколько дней с интересом наблюдали это красочное действие.

На всем протяжении конкурса гости города большую часть своего времени проводили в Ичеришехер. Организованные здесь Мейдан базары, международный фестиваль искусств «Девичья башня» обеспечивали плодотворное времяпрепровождение туристов. Наличие такого древнего города в сердце современного Баку восторгало их.

Благодаря вышеотмеченным особенностям, в любое время года в Ичеришехер можно встретить туристов. Число гостей, посещающих этот величественный город, увеличивается. Древний город растет из года в год. Как отмечают гости, когда они слышат название Баку, они в первую очередь вспоминают Ичеришехер.

Ковалёв Е. А.,
кандидат культурологии, заведующий сектором развития
отраслей социальной сферы государственного научного учреждения
«Научно-исследовательский экономический институт
Министерства экономики»

АНАЛИЗ МИРОВОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Под понятием «социальный туризм» в широком смысле понимается предоставление доступности туристических услуг для максимального круга потребителей, включая менее обеспеченные слои граждан. Становление данного термина произошло под влиянием нескольких факторов. К числу таковых следует отнести: расширение популярности идеи путешествий в глобальном обществе; повышение во второй половине XX в. благосостояния жителей большинства государств, включая маломобильные категории граждан; стремление ряда стран усилить роль внутреннего туризма в национальной экономике; осознание туризма в качестве инструмента развития чувств гражданственности и патриотизма.

На сегодняшний день практически все страны с высоким индексом стран человеческого капитала имеют те либо иные инструменты, направленные на обеспечение возможностей для повышения участия социально уязвимых слоев общества в туристических поездках. Как правило, к ним относятся финансовые механизмы снижения издержек для отдельных категорий граждан на транспортные расходы, предоставление льготных возможностей посещения культурных объектов, субсидирование посещения памятных мест учащейся молодежью. Вместе с тем набирает актуальность вопрос о поиске новых масштабных и эффективных организационно-экономических форм развития массового социального туризма, способных (в том числе на фоне необходимости разработки путей оживления туристических потоков после пикового периода пандемии COVID-19) оказывать мультипликативный эффект на данную сферу экономической деятельности. В настоящий момент можно выделить опыт отдельных стран, добившихся по данному направлению существенных успехов (Испания, Венгрия, Франция, Бельгия, США).

Нацеленность на развитие социального туризма в **Испании** обусловлена в значительной степени особенностями демографической ситуации в стране, характеризующейся в последние десятилетия увеличением доли пожилых людей. На развитие социального туризма направлена общегосударственная программа «Туризм для пожилых людей и в целях поддержания уровня занятости в туристических районах», реализуемая Институтом по делам пожилых людей и социальных услуг Испании. Участвующие в программе пенсионеры могут

рассчитывать на существенные скидки при приобретении турпакетов (включающих проживание в гостинице, проезд, питание, экскурсионную программу, услуги гида, страхование и медицинское обслуживание) для поездок по стране в период с октября по июнь (вне пикового периода туристического сезона). Таким образом, наряду с повышением качества жизни пенсионеров решается задача смягчения сезонного характера функционирования туристического сектора и поддержания устойчивого уровня занятости в течение всего года в курортных городах Испании.

Льготами в рамках данной программы могут воспользоваться испанские граждане и иностранцы, постоянно проживающие в Испании, достигшие пенсионного возраста, а также сопровождающие их в поездке лица (супруги, дети при условии проживания в одном гостиничном номере). Лица, желающие стать участниками программы, направляют обращения в Институт по делам пожилых людей и социальных услуг. Каждому обращению при поступлении присваивается определенное количество баллов в зависимости от возраста заявителя, его экономического положения, состояния здоровья, наличия у него многодетной семьи. Обращения, получившие наибольшее количество баллов, удовлетворяются в приоритетном порядке. После регистрации обращения заявителю направляется информация о возможных сроках совершения туристической поездки. Продажа турпутевок осуществляется через уполномоченные туристические агентства.

Согласно результатам опросов, более 90 % пенсионеров, принявших участие в программе, оценивают ее положительно и выражают заинтересованность в том, чтобы продолжать в ней участвовать и впредь. По оценкам экспертов, положительной стороной данной программы наряду с решением социальных задач является обеспечение интересов бизнеса через активное использование схем государственно-частного партнерства [1, с. 28–31].

С 2012 г. в **Венгрии** функционирует «Программа Эржебет». Программа ориентирована на предоставление льготных условий реализации рекреационных возможностей для детей, пенсионеров, многодетных семей, лиц с низким уровнем материальных доходов и инвалидов. Ежегодно координатор программы (Венгерский национальный рекреационный фонд) проводит конкурсы на предоставление льгот внутри каждой претендующей на помощь категории. Для пенсионеров программа предусматривает бесплатное получение санаторно-курортных услуг, включая пятикратное посещение термальных купален из определенного списка и однократное предоставление отдыха в санатории длительностью до двух недель (в зависимости от указанного в конкурсной заявке места отдыха). Заявки принимаются от лиц старше 60 лет, с месячным доходом, не превышающим установленный законом минимальный порог. Бесплатно либо с минимальной доплатой аналогичные пакеты

предоставляются также лицам с ограниченными возможностями. Для многодетных семей предусмотрен отдых в лагерях на льготных условиях. Принимаются заявки на отдых в лагерях и для детей из малообеспеченных семей граждан Венгрии, проживающих за рубежом. Действует карта и в отношении заявок на бесплатные экскурсии от образовательных учреждений.

Характерно, что «Программа Эржебет» не имеет прямого бюджетного финансирования. Средства на предоставление льгот аккумулируются государственным Венгерским национальным рекреационным фондом за счет покупки работодателями «ваучеров Эржебет» – дотационных купонов на питание для сотрудников частных компаний и госслужащих, отчисления на которые также выведены из налогооблагаемой базы зарплатных фондов, монопольным эмитентом которых и является Венгерский национальный рекреационный фонд [1, с. 19–23].

Во **Франции** в качестве инструмента развития социального туризма следует выделить существующую с 1982 г. программу отпускных чеков. Отпускные чеки – это платежный документ, обеспечивающий выплаты, связанные с организацией путешествий и досуга, проводимыми в пространстве всех стран Европейского союза. Чеки выпускаются в виде чековой книжки с различным номиналом от 10 до 50 евро или в форме электронного отпускного чека в 60 евро. Срок действия чека составляет 2 года. Национальное агентство отпускных чеков заключает договора с профсоюзами и органами социального обеспечения, которые приобретают отпускные чеки в качестве платежного средства, а также органами, принимающими чеки в качестве оплаты за проживание, питание, транспортные услуги, культурные, досуговые и спортивные мероприятия. Приобретение чеков не является обязательным для работодателя, однако при их покупке для своих работников работодатель получает налоговые и иные льготы. Размер участия работников зависит от размера заработной платы и количества членов семьи. Если средняя заработная плата не превышает 3218 евро (в 2018 г.) – размер участия составляет минимум 20 %, в обратном случае процент участия увеличивается до 50 %. Для государственных служащих размер участия выше и зависит от возраста (для лиц младше 30 лет размер участия составляет до 65 %, для лиц старше этого возраста – до 90 %). В случае наличия в семье детей ставка участия снижается. Средний размер отпускного чека составляет 350 евро в год. Ориентированность системы отпускных чеков, главным образом, на национального потребителя, охват широких целевых групп и экономическая выгода для всех участников делают ее эффективным механизмом развития туристической активности во Франции [2].

В **Бельгии** термин «социальный туризм» официально закреплен в нормативно-правовых документах, регулирующих туристическую деятельность. Под ним понимается вид досуга, организованного для неопределенного круга лиц,

в особенности для лиц с ограниченными финансовыми возможностями. Реализация социального туризма осуществляется через сеть специальных некоммерческих организаций (ассоциаций), деятельность которых допускается при одновременном выполнении нескольких условий.

В качестве обязательных условий для функционирования ассоциаций определены: исключительная направленность на продвижение социального туризма; наличие как минимум трех лет опыта осуществления подобной деятельности и не менее тысячи участников. Правительство в праве выделить ассоциациям социального туризма в пределах установленных бюджетных лимитов субсидии на приобретение и обустройство земельных участков (а также зданий и сооружений), предназначенных для осуществления своих функций, на реализацию информационных программ, мероприятий по стимулированию социального туризма. К числу наиболее крупных ассоциаций социального туризма в Бельгии является Floreal Holidays, функционирующая с 1939 г. Организация специализируется на предложении различных вариантов отдыха для людей с ограниченными финансовыми возможностями [3].

Для организаций, задействованных в сфере социального туризма, может быть предоставлен ряд субсидий в рамках выделенных бюджетных ассигнований, в том числе на компенсацию до 40 % понесенных расходов по модернизации объектов недвижимости для молодежного туризма и улучшение их логистической доступности, а также отдельные пилотные проекты. Для ассоциаций социального туризма доступна финансовая помощь на покрытие транспортных расходов, затрат на проживание, развлечения и страхование для нуждающихся при организации их отдыха.

Заслуживает внимание и отдельные организационные решения по развитию социального туризма в США, например, инициатива Every Kid in a Park Annual 4th Grade Pass. В рамках программы, каждому четверокласснику в США предоставляется бесплатный пропуск на год во все парки и природные зоны, находящиеся в ведении Национальной парковой службы (National Park Service), Лесной службы (Forest Service), Службы по охране дикой природы и рыболовству (U. S. Fish and Wildlife Service) и некоторых других ведомств США. Также льготы по посещению парков и природных зон предусмотрены для пожилых граждан США (старше 62 лет) и военных. Пожилые граждане могут приобрести пожизненный пропуск в парки и природные зоны за символическую плату (около 10 дол. в 2016 г.), а военные получают его бесплатно на время прохождения службы [4, с. 122].

Список использованных источников

1. Анализ зарубежного опыта развития внутреннего и въездного туризма // Аналитический сборник. – 2016. – № 47. – 135 с.

2. Мировая практика. Как государство во Франции регулирует и финансирует туризм. Ассоциация туроператоров России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/40178.html>. – Дата доступа: 17.05.2022.
3. Floreal holidays [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.florealgroup.be/fr/propos-de-floreal>. – Дата доступа: 02.08.2022.
4. Писаревский, В. С. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма / В. С. Писаревский. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2017. – 290 с.

Ковтунова А. Н.,
кандидат педагогических наук,
заместитель министра культуры и туризма Республики Калмыкия

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Республика Калмыкия – территория, пока недооцененная туристами [5], но обладающая высоким турпотенциалом и имеющая все предпосылки, чтобы стать одной из ключевых точек притяжения в России. Основа привлекательности республики для туристов – в сочетании самобытного культурного контекста, необычных природных достопримечательностей и гастрономической экзотики [3].

Калмыкия – это:

- удобное географическое положение (находится в Европейской части России, расстояние до Москвы – всего 1200 км, до крупных центров юга России – Ростова-на-Дону, Волгограда, Астрахани, Краснодара, Сочи, Ставрополя – в пределах 500 км; через Калмыкию проходят транспортные магистрали, соединяющие Каспийское и Черное Море, а также центр европейской России с Кавказом; имеется прямое авиасообщение с 10 городами России и железнодорожная ветка);
- неповторимый местный колорит и достопримечательности («перекресток» путей великих переселений народов Евразии (Золотая Орда, Хазарский Каганат и т. д.), маршрут «Шелкового Пути», буддизм в качестве традиционной религии и крупнейший буддийских храм в Европе, астрология и восточная медицина, особая письменность, горловое пение, калмыцкий чай и мраморная говядина), а также – шахматы и единственный в мире шахматный городок «Сити-Чесс»;
- уникальное сочетание морской, степной и пустынной природных зон (побережье Каспийского моря, розовые озера, горячие источники, бескрайние степи, единственная в европейской части России пустыня, заповедник «Черные Земли», сайгаки, мустанги, пеликаны, верблюды, цветущие лотосы, дикие тюльпаны), нахождение на территории республики Полюса жары (поселок Утта Яшкульского района);
- концентрация интересных событий (например, фестиваль тюльпанов (топ-25 мероприятий событийного туризма Российской Федерации, фестиваль лотосов, национальный культурно-спортивный праздник «Джангариада» (статус Национального события России) и еще более 10 крупных мероприятий федерального масштаба ежегодно);

- невысокая (по сравнению с другими туристско-рекреационными центрами Юга России – Черноморским побережьем и Кавказскими Минеральными Водами) стоимость услуг размещения, питания, экскурсионного обслуживания.

В Республике Калмыкия всего 3 города, два из которых – малые города, все остальное – сельская местность. Большинство достопримечательностей находятся за пределами городов, и сельский туризм является для республики ключевой темой, которая поддерживается и поощряется.

Развитие сельского туризма строится на принципах устойчивости, которые в Концепции развития туризма сформулированы как: «принцип устойчивости территории и местного сообщества», «принцип устойчивости туриста», «принцип устойчивости турпродукта».

Принцип устойчивости территории и принимающего сообщества предполагает максимальное сохранение культурного и исторического наследия территории, привычного образа жизни населения. Приведем в качестве иллюстрации одно из знаковых событийных мероприятий Калмыкии – фестиваль Лотосов. Проходит фестиваль в селе Джалыково Лаганского района, в месте, где расположены лotosовые поля. В 2022 г. Фестиваль организован в межрегиональном формате совместно с Астраханской и Волгоградской областями.

Турсобытие не только не противоречит национальной культуре и традициям, оно их успешно поддерживает, сохраняет и развивает.

На территории, где проходит фестиваль лотосов, находится один из старейших буддийских храмов и совсем рядом – самая большая в Европе статуя Золотого Будды Майтрейя. Сам лотос – символ буддизма, он изображен на флаге и гербе республики.

Соответственно, смысловой концепт и архитектура фестиваля максимально учитывают буддийскую культуру и ценности, основной посыл – возможность туристам прикоснуться к иной культуре, вернуться к истокам, к природе, подумать о вечном и смысле жизни, отдохнуть и духовно и телесно перезагрузиться.

Каждый из дней Фестиваля – тематический, посвящен стихиям буддизма – огню, воде, земле, воздуху. Соответственно, наших гостей ждут опен-эйр-вечеринки, фэйр-шоу, водные феерии, этно-рейв-шоу, мастерские под открытым небом, где, например, вас научат делать сувениры из семян лотоса или позанимаются с вами йогой. Гости могут принять участие в молебнах, стать свидетелем буддийского ритуала подношения, продегустировать знаменитую лаганскую ватрушку, кюр – мясо, запеченное в земле, и знаменитый калмыцкий чай. Несомненным гвоздем программы стал карнавал водных видов спорта «ЛаганьSUP» в национальных костюмах на сапах, лодках и надувных матрасах.

Ключевыми моментами в поддержании устойчивости территории являются еще и недопущение нанесения какого-либо ущерба экологии (строго контролируется неприкосновенность лотосов (они занесены в Красную книгу) – везде информационные стенды, аудиоинформация, работают зеленые патрули, в зоне проведения мероприятий и в зоне автокемпинга практикуется раздельный сбор мусора, проводятся экологические акции с участием туристов, всячески поощряется ответственное поведение со стороны туристов во время пребывания на территории республики.

К фактору поддержания устойчивости территории мы, безусловно, относим и появление новых экономических и творческих возможностей для местных сообществ.

По опыту проведения в этом году весеннего фестиваля тюльпанов могу сказать, что выручка в общепите в эти дни выросла в 3 раза, гостиницы на 100 % забронированы за месяц до мероприятия, автоперевозчики и производители сувенирной продукции отмечают всплеск спроса. Это и дополнительный заработок для жителей села, и профориентация и профессиональная и творческая самореализация для сельской молодежи.

Следующее необходимое условие устойчивости сельского туризма – *«устойчивость туриста»* – предполагает стабильный, равномерно распределенный во времени и пространстве (всесезонный, охватывающий всю территорию) спрос со стороны туристов.

В Калмыкии туризм традиционно характеризовался сезонностью, пик – весна и осень. Сглаживать сезонность помогают, в частности, событийные мероприятия. Мы создаем условия для равномерного распределения туристов по территории для снижения антропогенной нагрузки и достижения равномерности загрузки в течение года имеющихся мест размещения. Отдельное внимание уделяется развитию туринфраструктуры с целью исключения концентрации туристов в одном месте. В республике модернизируются существующие туристические объекты и строятся новые – максимально с использованием безопасных материалов и технологий. Кроме того, идет непрерывная разработка новых маршрутов, «упаковка» и «ввод в оборот» туробъектов, ранее недооцененных туристами.

На территории Республики Калмыкия функционируют около 40 коллективных мест размещения, более 160 точек общественного питания (рестораны, кафе, закусочные), зарегистрированы 3 туроператора, 14 туркомпаний [2]. Часть из них осуществляют свою работу в рамках туркластера «Элистинский» (создан в 2022 г.), основной задачей которого стало обеспечение качественного отдыха для туристов в Калмыкии. Существенный импульс развитию инфраструктуры для туристов дало получение республикой субсидии из резервного фонда правительства Российской Федерации за поддержку, благодаря которой на территории республики к концу 2022 г. появятся еще 5 современных, экологичных, комфортабельных модульных гостиниц [1].

Третий принцип устойчивости сельского туризма – **«устойчивость турпродукта»** – предполагает наличие на территории комплексного турпредложения, удовлетворяющего потребности самых разных целевых аудиторий (с разными интересами, уровнем дохода, особыми потребностями и не противоречащего интересам территории).

Для путешественников в Калмыкию мы подготовили туры на любой вкус: для искателей тишины и уединения – «Заповедная Калмыкия» и «Цветение тюльпанов», для стремящихся к просветлению – «Йога-туры с ритуалами», пеший тур по Калмыкии «Золотые Ворота», для мальчиков и мужчин – «Путь воина» с ритуалами пробуждения мужской силы, храбрости и везения, для гурманов – гастро-тур «Калмыкия. Вкус свободы», для семей с детьми – познавательный тур «Солнечный город Элиста» или приключенческий квест «По пути Золотой Орды», для экстремалов – «Большой тур на внедорожниках или конные туры. При этом постоянно появляются новые туры, создаются новые турмаршруты.

Важным условием устойчивости турпродукта, стабильности его качества является подготовка кадров для туриндустрии. Отдельно хочу сказать о важности вовлечения в процессы разработки и реализации турпродукта не только непосредственно предпринимателей и наемных сотрудников, занятых в туризме и смежных отраслях, но и представителей местного населения, общественников, представителей органов власти, СМИ.

Список использованных источников

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» (действующая ред., 2022) [Электронный ресурс] // Гарант. – Режим доступа: <http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>. – Дата доступа: 10.08.2022.
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система – ЕМИСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/emiss>. – Дата доступа: 10.08.2022.
3. Индекс туристической привлекательности регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism-index.strelka-kb.com/>. – Дата доступа: 10.08.2022.
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (действующая ред., 2022) [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/561260503>. – Дата доступа: 10.08.2022.
5. Forbes назвал пять недооцененных туристами российских городов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/69942/>. – Дата доступа: 10.08.2022.

Лю Сянцянъ,
аспирант кафедры международных отношений
Белорусского государственного университета

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ КНР В МЕЖДУНАРОДНЫХ НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

В статье содержится характеристика дипломатии КНР в международных неправительственных туристических организациях, при этом подчеркнуто, что Пекин первым в мире предложил официальную концепцию туристической дипломатии (2015 г.), возведенную в ранг национальной стратегии. На конкретном материале автор доказывает, что туристическая дипломатия переместилась с периферии внешнеполитической деятельности Китая в центр и превратилась в признанный компонент национальной дипломатии. Рассмотрены содержание деятельности и достижения КНР во Всемирном туристическом альянсе (с 2017 г.), Всемирной федерации туристических городов (с 2012 г.) и Международном альянсе по горному туризму (с 2017 г.), определены роль и место Пекина в этих организациях. Отмечена взаимосвязь деятельности КНР во ВТА, ВФТГ и МАГТ с членством во Всемирной туристической организации ООН (с 1983 г.) и Шанхайской организации сотрудничества (с 2001 г.).

Ключевые слова: туристическая дипломатия; КНР; международные неправительственные туристические организации; Всемирный туристический альянс; Всемирная федерация туристических городов; Международный альянс по горному туризму.

Концепция туристической дипломатии была аргументирована в январе 2015 г. на Национальной рабочей конференции по туризму, организованной Государственным управлением по делам туризма при Госсовете КНР. Конференция записала в своих решениях, что туристическая дипломатия «должна взять на себя инициативу работать, активно высказывать свое мнение и служить национальной дипломатии» [1]. В декабре 2016 г. Государственный совет утвердил 13-й пятилетний план развития туризма, ориентированный на «полную реализацию стратегии туристической дипломатии в новую эпоху», и выступил за создание неправительственной Всемирной федерации туристических городов для руководства международным туристическим сотрудничеством и усиления международного влияния туризма [2]. 14-й пятилетний план отразил курс на углубление международного сотрудничества, активное участие в реформе и строительстве глобальной системы управления

туризмом, укрепление взаимодействия со Всемирной туристской организацией ООН и другими международными организациями, активизацию во Всемирном туристическом альянсе, Всемирной федерации туристических городов, Международном альянсе по горному туризму и других международных организациях для содействия развитию глобального туризма [3].

Всемирный туристический альянс, Всемирная федерация туристических городов, Международный альянс по горному туризму являются влиятельными международными неправительственными туристическими организациями, инициированными КНР и имеющими штаб-квартиру в Китае. **Цель статьи** – характеристика деятельности КНР в международных неправительственных туристических организациях. **Объектом** исследования выступает дипломатия КНР, **предметом** – туристическая дипломатия КНР в международных неправительственных туристических организациях.

Методы исследования. Для раскрытия темы использованы следующие методы: нарративный, историко-ретроспективный, историко-сравнительный, анализа документов, описательной статистики, институциональный, терминологического анализа, включенного наблюдения. Автор руководствовался принципами историзма, системным и ценностным подходами.

Обзор источников и литературы по теме. При написании статьи использовались различные виды источников. Наибольшее значение для изучения проблемы представляют документы Министерства культуры и туризма, а также информационные сообщения на официальном сайте Международной туристской организации. Вторую группу источников составили информационные сообщения органов государственной власти КНР (портал Государственного совета), материалы новостных информационных агентств (Синьхуанет; Китайские новости).

Основой статьи стали прежде всего труды китайских и российских историков, политологов, культурологов. Внимание китайских исследователей сосредоточено на развитии китайской индустрии туризма, недостатках взаимоотношений Китая с Международной туристской организацией и будущем направлении развития. Среди таких экспертов Ван Сяннин [4; 5], Гао Хун [6], Ван Сюэфэн [7]. Гао Хун (Хэбэйский экономический университет) считает, что для улучшения международного статуса китайского туризма и усиления его голоса на международной арене необходимо, прежде всего, привести его в соответствие с международными стандартами и концепциями.

Исследователи КНР обосновывают роль международных специализированных организаций в развитии туризма на примере конкретных регионов или событий. Ли Хун (Второй Пекинский институт иностранных языков) рассматривает влияние международных организаций на восстановление и развитие туристической отрасли КНР в восстановительный период после кризиса, вы-

званного атипичной пневмонией 2003 г. [8]. Сонг Руи (Академия общественных наук КНР) анализирует положение и роль Китая в мировой индустрии туризма в условиях пандемии COVID-19, подчеркивая его ответственность и обязанность участвовать в глобальном управлении мировой индустрией туризма посредством международных организаций в качестве связующего звена для содействия формированию нового международного партнерства [9]. Вэй Сяоань (Главный эксперт Всемирной федерации туристических городов) считает, что туризм останется в авангарде международного взаимодействия после смягчения и восстановления международной ситуации [10]. Инь Шоубин (Аньхойский педагогический университет) на примере заповедника в районе горной гряды Хуаншань (восточная часть Китая, провинция Аньхой) подчеркивает важное влияние международных организаций на развитие живописных территорий [11]. На материале Южной Кореи исследователь Ван Цзицин (Харбинский педагогический университет) показывает, как посредством международных конференций и направления делегаций для участия в деятельности соответствующих международных организаций индустрия туризма эффективно способствует иностранным обменам [12].

Проблема нашла отражение в трудах российских ученых, исследовавших участие России в международных туристических организациях и обосновавших тезис, что международный туризм может улучшить имидж страны и помочь смягчить кризис. Это работы И. Б. Орлова [13], К. В. Каталева [14], С. С. Велиулаева [15], Л. А. Можаяева [16]. Отдельно следует отметить анализ международного сотрудничества Республики Беларусь в области туризма, проведенный Л. М. Гайдукевичем (Белорусский государственный университет) [17].

Российский ученый А. Ю. Александрова проанализировала важную роль международных организаций (ЮНЕСКО и Всемирной туристской организации) в реализации проекта туристического маршрута «Шелковый путь» [18]. К. А. Кокарев полагает, что туризм становится не только важной движущей силой экономики КНР, но и эффективным инструментом внешней политики страны, поскольку помогает развивать «мягкую силу» [19].

Китайские и зарубежные ученые обсуждают роль и значение международных организаций в развитии международного туризма, распространении национального имиджа и «мягкой силы», а также исследуют их в связи с конкретными событиями и регионами. Вопрос о международных неправительственных туристических организациях, инициированных и созданных Китаем, малоисследован и требует более глубокого научного понимания и обобщения.

Результаты исследования. Всемирный туристический альянс – это первая глобальная неправительственная и некоммерческая международная

туристическая организация, созданная по инициативе Китайской ассоциации туризма со штаб-квартирой в Ханчжоу, столице китайской провинции Чжэцзян и самом южном городе на судоходном Великом канале [20]. Под лозунгом «Туризм делает мир и жизнь лучше» Альянс стремится содействовать развитию глобальных туристических связей и совместного управления на неправительственном уровне.

В сентябре 2017 г. в Чэнду, столице провинции Сычуань на юго-западе Китая, состоялась первая Генеральная ассамблея ВТА, на которой директор Государственного управления по делам туризма Китая (преобразовано в Министерство культуры и туризма КНР в 2018 г.) Ли Цзиньцао подчеркнул, что Всемирный туристический альянс и Всемирная туристская организация ООН дополняют друг друга, совместно продвигая обмены и сотрудничество в глобальном туристическом секторе на неправительственном и правительственном уровнях. По оценке Генерального секретаря Всемирной туристской организации ООН (в 2010–2017 гг.) Талеба Рифан, инициатива Китая и создание Всемирного туристического альянса вновь продемонстрировали лидерство, решительность и дальновидность Пекина в туристическом секторе. ВТООН всегда готова работать рука об руку с альянсом, чтобы «создать лучшее будущее с помощью туризма» [21].

На семинаре по сотрудничеству в области туризма государств – членов Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), организованном Министерством культуры и туризма КНР и Всемирным туристическим альянсом (май 2018 г., Ухань) президент альянса Дуань Цян заявил о готовности изучать опыт международного сотрудничества различного уровня в сфере туризма и играть роль платформы [22].

В сентябре 2018 г. в Ханчжоу (Китай) состоялся первый «Всемирный туристический альянс – диалог Сянху 2018», на котором прозвучал Глобальный доклад о сокращении бедности посредством туризма – пионерский документ по этой тематике, опубликованный неправительственной и некоммерческой международной организацией в сфере международного туризма [23]. Генеральный секретарь ВТА Лю Шицзюнь заявил, что надеется использовать платформу этой организации для демонстрации достижений Китая на пути решения проблемы бедности и обмена опытом.

При участии ВТА в Фучжоу (Китай) состоялся коммуникационный инновационный форум индустрии туризма (ноябрь 2018 г.) [24], где обсуждались такие вопросы, как международная коммуникация китайского туризма, Морской шелковый путь и национальные стратегические коммуникационные инновации, согласование инициативы «Один пояс, один путь» с индустрией туризма, а также предложения по международному продвижению китайских туристических брендов.

В 2019 г. ВТА опубликовал несколько исследовательских докладов и провел Международный туристический форум, ставший важной платформой для продвижения туристической дипломатии КНР. Проблематика докладов – «Индекс бума трех основных туристических рынков Китая за 2019 год» с оценкой тенденций развития и перспектив туристической индустрии страны [25], «Туризм цивилизации Великой реки – 2019» (совместно с Управлением культуры и туризма города Линьфэнь провинции Шаньси) об опыте развития туристической индустрии Китая и др. [26].

ВТА провел конференцию и фотовыставку по продвижению борьбы с бедностью посредством китайского туризма в штаб-квартире Федерации продовольственной и сельскохозяйственной Организации Объединенных Наций (ФАО) (сентябрь 2019 г., Рим). На церемонии открытия присутствовали глава Постоянного представительства Китая при ФАО Нью Дун, помощник Генерального директора ФАО Рене Кастро Салазар и генеральный секретарь ВТА Лю Шицзюнь, давшие высокую оценку докладу ВТА «Китайские примеры и опыт сокращения бедности в сфере туризма». В ноябре того же года ВТА организовал в Шанхае форум «Путешествия и отдых для счастливой жизни» [27, 28].

ВТА в условиях пандемии подписал рамочное соглашение с Китайской академией туризма и Нанкайским университетом о совместном проекте (апрель 2020 г.) [29], который ориентирует на предоставление онлайн и офлайн новых видов профессиональной подготовки для специалистов в области культуры и туризма по всему миру и является вкладом Китая в глобальное образование без отрыва от производства.

В ноябре 2020 г. в Ханчжоу состоялся «Всемирный туристический альянс – диалог Сяньху 2020» [30]. Заместитель министра культуры и туризма Чжан Сюй, президент Всемирного туристического альянса Дуань Цян, генеральный секретарь Всемирной туристской организации ООН Зураб Пололикашвили приветствовали участников в режиме онлайн, а делегаты из Испании, Хорватии, Таиланда, Туниса, Казахстана, Мьянмы, восточного побережья Уругвая посетили форум, чтобы обсудить состояние и перспективы развития туризма. Чжан Сюй заявил, что обсуждение плана развития мирового туризма в «особый период» имеет большое практическое значение для укрепления связей и обменов в отрасли, «концентрации мудрости и силы» всех сторон и содействия восстановлению и оживлению туризма.

В мае 2021 г. ВТА запустил проект стратегического сотрудничества по глобальному продвижению археологической культуры раннего бронзового века Саньсиндуй, целью которого стало привлечение большего числа иностранных туристов в местечко провинции Сычуань, знакомство с китайской культурой и цивилизацией [31]. В октябре того же года ВТА опубликовал

результаты исследований об использовании туризма для возрождения сельских районов, о развитии туристического сотрудничества в рамках ОПОП, о туризме «цивилизации Великой реки – 2021», а также открыл онлайн-выставку «Всемирный музей туризма» [32].

Таким образом, Всемирный туристический альянс является одной из важных платформ для продвижения развития туристической дипломатии Китая, используя туризм как связующее звено между миром и Китаем путем организации семинаров, публикации исследовательских докладов, проведения профессионального обучения и выполнения проектов стратегического сотрудничества.

Всемирная федерация туристических городов основана по инициативе Пекина в марте 2012 г. как некоммерческая международная неправительственная организация и спонсируется ими. К 2022 г. число членов федерации значительно выросло (с 58 до 233), охватив 80 стран и территорий по всему миру [33]. Шао Цивэй, директор Государственного управления по делам туризма Китая, оценил создание этой организации как важный вклад в мировую индустрию туризма и подчеркнул ее «ведущую и образцовую роль» в развитии национального туризма [34].

В мае 2013 г. председатель совета директоров ВФТГ Ван Аньшунь во главе делегации посетил штаб-квартиру ООН и встретился с Генеральным секретарем Пан Ги Мун, а также провел круглый стол на тему «Устойчивое развитие городов и туризм». Пан Ги Мун заявил о своей решительной поддержке работы ВФТГ и высоко оценил ее статус, цели в области развития и философию [35]. В сентябре того же года в Пекине стартовал саммит «Сяншань», организованный ВФТГ, во время которого был опубликован «Пекинский консенсус» – процедурный документ по достижению консенсуса по стандартам [36]. Вице-премьер Ван Ян присутствовал на церемонии открытия и заявил, что Китай поддерживает туристические города во всех странах для углубления обменов и совместного содействия развитию мирового туризма [37]. В 2014 г. в Пекине был опубликован «Доклад об исследовании рынка потребления услуг выездного туризма китайскими гражданами» с целью расширения представления населения зарубежных туристических городов о запросах китайских потребителей [38].

Накопленный в рамках ВФТГ опыт был представлен на 49-й Берлинской Международной туристической бирже (март 2015 г.), которая стала первой ключевой выставкой зарубежного туризма, организованной Государственным управлением по делам туризма Китая с целью реализации концепции туристической дипломатии, принятой Национальной рабочей конференцией по туризму [39]. Спустя год делегация ВФТГ была представлена на 50-й Международной туристической бирже в Берлине в качестве эксклюзивного соорга-

низатора, в том числе выставочной зоны с отдельными стендами для Пекина, Чунцина, Гуанчжоу и других городов [40].

В январе 2017 г. ВФТГ провела «Китайский форум выездного туризма (2017)», к которому для обеспечения интеллектуальной поддержки были опубликованы «Доклад о развитии туристических городов мира (2016)» и «Доклад об экономических тенденциях мирового туризма (2017)» [40].

В 2018 г. ВФТГ организовала Китайско-Марокканский форум по сотрудничеству в области туризма, Латиноамериканскую и Европейскую конференции по туризму [41, 42]. Эти мероприятия включали основные выступления, дискуссии, выставки и обучение бизнесу с целью укрепления туристических обменов между городами-членами и Китаем.

В сентябре 2018 г. в Циндао прошел туристический саммит «Сяншань», в котором участвовали около 400 делегатов из 59 стран, 112 туристических городов, более 200 заинтересованных предприятий, ряд международных организаций, включая ООН. Среди них – более 50 министров туризма и мэров туристических городов [43]. Заместитель Генерального секретаря ООН Теггегневе Гатту отметил выдающийся вклад ВФТГ в обеспечение глобальной безопасности, стабильности и процветания, содействие развитию мирового туризма.

В 2019 г. ВФТГ провела Конференцию по туризму в Латинской Америке и Карибском бассейне, Конференцию по туризму в Центральной Азии и Саммит по туризму в Хельсинки [44; 45]. Во время подписания контракта с Западноафриканской туристической организацией обе стороны заявили о приверженности продвижению сотрудничества в рамках ОПОП [40].

На протяжении двух лет (сентябрь 2020 и 2021 гг.) ВФТГ проводила Всемирную конференцию по сотрудничеству и развитию туризма в условиях COVID-19, обеспеченную «Руководством к действию по восстановлению и возрождению городского туризма» [46, 47]. В ней приняли участие министр культуры и туризма Китая Ху Хэпин, председатель Совета ВФТГ Чэнь Цзинин, генеральный секретарь Всемирной туристской организации ООН Зураб Бороликашвили, генеральный секретарь Шанхайской организации сотрудничества Владимир Норов, заместитель генерального секретаря ШОС Чжо Нонг Шелали. Форум подтвердил готовность Китая к углублению сотрудничества и обмена опытом с другими странами, а также укрепил доверие к идее развития мирового туризма путем усиления многостороннего сотрудничества.

В декабре 2021 г. был опубликован «План действий Пекина по продвижению высококачественного развития ОПОП (2021–2025 гг.)», где делался акцент на ведущей роли Китая во Всемирной федерации туристических городов, создании бренда туристического саммита «Сяншань», проведении Всемирной конференции по сотрудничеству и развитию туризма [48].

Будучи одной из самых влиятельных международных организаций в мировой индустрии туризма с момента своего создания, Всемирная федерация туристических городов (ВФТГ) организовала международные саммиты в пекинском парке Сяншань, форумы, выставки, опубликовала исследования и практические руководства, провела обширные обмены с Европой, Центральной Азией, Латинской Америкой, Западной Африкой и другими регионами, а также укрепила сотрудничество с такими международными организациями, как Всемирная туристическая организация ООН и ШОС. В рамках ВФТГ Пекин осуществлял анализ развития мирового туризма, активно развивал туристическую дипломатию на двухсторонней и многосторонней основе, обменивался опытом, расширял пространство для международного взаимодействия.

В августе 2017 г. в Синь (провинция Гуйчжоу) состоялась церемония учреждения **Международного альянса по горному туризму** – некоммерческой международной ассоциации, инициированной провинцией Гуйчжоу. Штаб-квартира и секретариат Альянса находятся в Гуйяне, городском округе этой провинции. Таким образом, появилась еще одна платформа для сотрудничества и обмена в области туризма. МАГТ и Совет французской провинции Савойя организовали диалог на тему «Новые возможности для сотрудничества Китая и Европы в области горного туризма» (март 2018 г., Шамбери) [49]. В нем участвовали Генеральный секретарь организации Хэ Яфэй, Генеральный консул Китая в Лионе Го Вэй, директор Парижского офиса Государственного управления по делам туризма Китая Му Ювэй и заместитель председателя Совета провинции Савойя Мишель Буваль. Напомнив, что 2018 год является «Годом туризма Китай–Европа», Го Вэй заявил, что китайско-французское сотрудничество в этой области имеет широкие перспективы.

В июле 2018 г. прошел форум Международного альянса по горному туризму в Пекине, среди 500 участников которого были аккредитованы. Вэй Хунтао, сотрудник Министерства культуры и туризма, Хэ Яфэй, генеральный секретарь МАГТ, Бо Куен Чой, старший сотрудник Всемирной туристской организации ООН, Крис Бодель, президент Азиатско-Тихоокеанской ассоциации туризма, Дуань Цян, президент Всемирного туристского альянса, послы некоторых «горных» стран в Китае (посол Индии в Китае Гаутам Бамбавале, Посол Непала в Китае Лила Мани Бодель, министр Швейцарии Гао Шенган) [50]. Дуань Цян подчеркнул роль международных неправительственных туристических организаций, каждая из которых должна использовать свои собственные преимущества и характеристики для дальнейшего укрепления обменов и сотрудничества.

На ежегодной встрече членов МАГТ, состоявшейся в октябре 2018 г. в Гуйяне, дата первого успешного восхождения человека на Эверест, 29 мая, была объявлена Международным днем горного туризма [51]. Лу Юнчжэн, ви-

це-губернатор провинции Гуйчжоу, заверил, что МАГТ будет встроен в платформу китайско-иностранных культурных обменов и услуг. 29 мая 2019 г. в Катманду успешно прошли Международный день горного туризма и церемония открытия Непальского международного форума по горному туризму, организованные Народным правительством провинции Гуйчжоу, МАГТ и Национальной администрацией туризма Непала [52].

В мае 2020 г. МАГТ провел онлайн-форум на тему «Эпидемический кризис: вызовы и возможности для горного туризма», став тем самым одной из первых международных организаций, организовавшей такое мероприятие в режиме онлайн. Альянс призвал представителей мировой индустрии туризма объединиться и сотрудничать для борьбы с кризисом, претендуя при этом на роль основного менеджера по кризисным ситуациям среди международных туристических организаций [53]. В декабре 2021 г. в указанном формате прошла ежегодная встреча членов Альянса на тему «Как международные организации могут играть ведущую роль в восстановлении глобального туризма и изменении управления» [54]. Генеральный секретарь Хэ Яфэй заявил, что МАГТ будет популяризировать горный туризм как мост между различными сферами международного культурного сотрудничества, а также улучшит работу по формулированию и продвижению нормативной базы в области горного туризма. С целью стимулирования устойчивого развития горного туризма эта организация выступила с инициативой проведения Международного дня горного туризма «Золотой Фошань 2021 года» [55].

Таким образом, успешная реализация КНР 13-го и 14-го пятилетних планов развития туризма связана с активным содействием развитию туристической дипломатии в рамках международных неправительственных организаций. Проанализировав деятельность КНР во Всемирном туристическом альянсе (ВТА), Всемирной федерации туристических городов (ВФТГ) и Международном альянсе по горному туризму (МАГТ) – в трех представительных международных неправительственных туристических организациях, созданных по инициативе Китая, можно сделать вывод, что они обеспечивают дополнительную платформу для развития туристической дипломатии и являются важным её дополнением, эффективно продвигая обмены в области мирового туризма.

Сотрудничая с ВТА, ВФТГ, МАГТ, китайские специалисты участвовали в многочисленных конференциях и публикациях, обменивались опытом, обучении и тренингах, нередко иницируя их. Взаимодействие с международными неправительственными организациями осуществлялось во взаимосвязи со Всемирной туристской организацией – специализированным учреждением ООН, а также с Шанхайской организацией сотрудничества. Тем самым повышалась эффективность участия Китая в управлении мировым туризмом, продвигался позитивный имидж страны и расширялись дипломатические каналы.

Список использованных источников

1. 2015 г. нянь цюань го лу ю гун цзо хуэй и бао гао = Отчет о Национальной конференции по туризму, 2015 г. [Электронный ресурс] // Жэньминь жибао = Жэньминь жибао онлайн. – Режим доступа: <http://travel.people.com.cn/GB/139035/392369/index.html>. – Дата доступа: 24.10.2021 (на кит. яз.).
2. Го ву юань гуань ю инь фа «ши сан ву» лу ю е фа чжань гуй хуа де тонг чжи = Постановление Госсовета КНР о плане развития туризма на период 13-й пятилетки [Электронный ресурс] // Чжун го чжэн фу = Правительство КНР. – Режим доступа: http://www.gov.cn/gongbao/content/2017/content_5160220.htm. – Дата доступа: 21.02.2022 (на кит. яз.).
3. Го ву юань гуань юй инь фа «ши си ву» лв ю йе фа чжань гуй хуа де тонг чжи = Уведомление Государственного совета об издании 14-го пятилетнего плана развития туризма [Электронный ресурс] // Чжун го чжэн фу = Правительство КНР. – Режим доступа: http://www.gov.cn/zhengce/content/2022-01/20/content_5669468.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
4. Ван Сяннин. Го цзи лв ю зу чжи ченг инь, ин сян хэ фа чжань чи ши ян цзю = Исследование причин, воздействия и тенденций развития международных туристических организаций / Ван Сяннин // Бэй цзин ди эр вай го юй сюэ юань сюэ бао = Журнал Пекинского института второго иностранного языка. – 2006. – № 5. – С. 85–90 (на кит. яз.).
5. Ван Сяннин. Ши лунь во го юй го цзи лв ю зу чжи гуань се чжун цун зай де цзи дянъ бу зу = Попробуйте обсудить некоторые недостатки в отношениях между моей страной и международной туристической организацией / Ван Сяннин // Бэй цзин ди эр вай го юй сюэ юань сюэ бао = Журнал Пекинского института второго иностранного языка. – 2006. – № 7. – С. 80–83 (на кит. яз.).
6. Гао Хун. Дуй во го сянь дай лв ю йе чжун цзи гэ вен ти де зай рен ши = Переосмысление некоторых проблем современного туризма в моей стране / Гао Хун // Гай гэ юй чжань луэ = Реформа и стратегия. – 2011. – Т. 27. – № 5. – С. 133–135 (на кит. яз.).
7. Ван Сюэфэн, Чжан Хуэй. «Ши си ву» ши ци во го цзинь цзин лв ю фа чжань чи ши юй цзянь и = Тенденции развития и предложения по въездному туризму в Китае в период 14-й пятилетки / Ван Сюэфэн, Чжан Хуэй // Лв ю сюэ кан = Журнал туризма. – 2020. – Т. 35. – № 6. – С. 6–9 (на кит. яз.).
8. Ли Хун. Го цзи зу чжи дуань во го лв ю йе фу су юй фа чжань де ин сян ян цзю = Исследование влияния международных организаций на

- восстановление и развитие туристической индустрии моей страны / Ли Хун // Бэй цзин ди эр вай го юй сюэ юань сюэ бао = Журнал Пекинского института второго иностранного языка. – 2003. – № 5. – С. 38–43 (на кит. яз.).
9. Сун Жуй. Ши цзе лв ю цзин цзи синь чи ши юй чжун го фа чжань синь фан лю = Новая тенденция мировой туристической экономики и новая стратегия развития Китая / Сун Жуй // Кай цзин чжи ку = Финансово-экономический аналитический центр. – 2021. – № 2. – С. 64–86 (на кит. яз.).
 10. Вэй Сяоань. Синь чжань лю юй синь цзи юй = Новая стратегия и новые возможности / Вэй Сяоань // Лв ю сюэ кан = Журнал туризма. – 2021. – № 1. – С. 1–3 (на кит. яз.).
 11. Инь Шоубинг, Лю Хунтин. Го цзи лв ю зу чжи цзе ру бэй цзин ся шань юэ син цзин цюй чжи ли ян хуа лу цзин ян цзю = Исследование эволюционного пути управления горными живописными районами в контексте вмешательства международной туристической организации / Инь Шоубинг, Лю Хунтин // Цзы ран цзы юань сюэ бао = Журнал природных ресурсов. – 2021. – Т. 36. – № 5. – С. 1317–1333 (на кит. яз.).
 12. Ван Цзицин. Ши си хань го лв ю йе де чжэн фу чжу данг син фа чжань мо стиль = Анализ государственной модели развития туристической индустрии Южной Кореи / Ван Цзицин // Донг бэй я лунь тан = Форум Северо-Восточной Азии. – 2005. – Т. 14. – № 5. – С. 64–68 (на кит. яз.).
 13. Орлов, И. Б. Транснациональная индустрия отдыха и современное государство / И. Б. Орлов, В. Э. Абелинские // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2018. – Т. 11. – № 1. – С. 122–138.
 14. Каталева, К. В. Международный туризм как инструмент внешней политики России / К. В. Каталева // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2020. – Т. 20. – № 7. – С. 149–158.
 15. Велиулаева, С. С. Международные туристские организации и их роль и значение в развитии мирового туризма / С. С. Велиулаева, И. А. Иваненко // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : сб. науч. тр., Симферополь, 2 апр. 2021 г. / под общей редакцией З. О. Адамановой. – Симферополь : Тип. «Ариал», 2021. – С. 226–229.
 16. Можаяева, Л. А. Пространство народной дипломатии: Туризм / Л. А. Можаяева // Россия и современный мир. – 2019. – Т. 103. – № 2. – С. 243–250.

17. Гайдукевич, Л. М. Международное сотрудничество Беларуси в сфере туризма в новейший период развития / Л. М. Гайдукевич // *European Journal of Humanities and Social Sciences*. – 2021. – № 4. – С. 3–9.
18. Александрова, А. Ю. Великий Шелковый путь: геополитические, географические и экономические аспекты проектирования трансграничного туристского маршрута / А. Ю. Александрова // *Наука. Инновации. Технологии*. – 2015. – № 2. – С. 68–77.
19. Кокарев, К. А. Политика «мягкой силы» Китая в Азии / К. А. Кокарев, И. Н. Комиссина, В. Л. Сведенцов // *Проблемы национальной стратегии*. – 2019. – Т. 54. – № 3. – С. 11–67.
20. Гуань юй лиан мэн = Об Альянсе [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/about>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
21. Ши цзе лв ю лиан мэн цзинь ри дэн шэн = Всемирный туристический альянс рождается сегодня [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/world-tourism-alliance-born-today-2>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
22. Ши цзе лв ю лиан мэн ченг бан шан ха хэ цзо зу чжи лв ю хэ цзо ян доу хуэй = Всемирный туристский альянс проводит семинар по сотрудничеству в области туризма ШОС [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: https://www.wta-web.org/chn/news/news_20210510. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
23. «Сянху дуань хуа» фа бу цюань цю лв ю цзянь пин бао гао = Диа-лог Сянху выпустил Глобальный доклад о сокращении бедности посредством туризма [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/report-on-global-tourism-for-poverty-reduction>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
24. Эр лин и ба чжун го лв ю чан йе чуань бо чуанг синь лунь тан зай фу чжоу джу син = 2018 Китайский коммуникационный инновационный форум туристической индустрии прошел в Фучжоу [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/news20181202>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
25. Ши цзе лв ю лиан мэн фа бу чжун го сан да лв ю ши чанг цзин ци чжи шу ян цзю бао гао эр лин и цзю = ВТА публикует доклад Индекса бума трех основных туристических рынков Китая за 2019 год [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный

- сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/the-wta-reports>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
26. «Да хэ вен мин лв ю бао гао» фа бу: шэнь ду ти сянь да хэ лв ю чан пин цзян шоу чжуй пэн = Выпущен доклад о туризме цивилизации Великой реки: углубленный опыт туристических продуктов Великой реки будет востребован [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: https://www.wta-web.org/chn/news/news_022. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
27. Лв ю цзянь пин де чжун го ань лу юй цзин сянь = Пример и опыт Китая в снижении бедности в сфере туризма [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/news20191118>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
28. «Лв ю сю сянь син фу шэн хуо» чжу ти лунь тан джу бан = Состоялся форум Путешествия и отдых для счастливой жизни [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/sh/201911/t20191107_848731.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
29. Цянь шу хэ цзо гун цзянь вен хуа хэ лв ю чжи хуэй сюэ тан де куанг цзя се и = Подписано рамочное соглашение о сотрудничестве в создании Умной академии культуры и туризма [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/wta-10>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
30. «Эр лин эр лин ши цзе лв ю лиан мэн-Сянху дуань хуа» ханг чжоу джу бан = В Ханчжоу состоялся «Всемирный туристический альянс 2020 - диалог Сянху» [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202011/t20201116_902732.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
31. Цянь шоу Сансиндуй, ши цзе лв ю лиан мэн кань и «цзо ду чжун го» сянь гуань хуо донг = Рука об руку с Саньсиндуй, ВТА участвует в мероприятиях, связанных с «Читающим Китаем» [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/new-4>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
32. Эр лин эр и ши цзе лв ю лиан мэн ян цзю ченг го синь вен фа бу хуэй зай цзин джу бан = В Пекине состоялась пресс-конференция,

- посвященная результатам исследования ВТА 2021 года [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю лиан мэн гуань ван = Официальный сайт ВТА. – Режим доступа: <https://www.wta-web.org/chn/news/r-7>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
33. Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй цзянь цзе = О Всемирной федерации туристических городов [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй гуань ван = Официальный сайт ВФТГ. – Режим доступа: <https://cn.wtcf.org.cn/20210112/bf471a98-a395-4282-6edb-a78b5bb5ede5.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
34. Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй зай бэй цзин ченг ли = В Пекине создана ВФТГ [Электронный ресурс] // Жэньминь жибао = Жэньминь жибао онлайн. – Режим доступа: <http://politics.people.com.cn/n/2012/0915/c70731-19018606.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
35. Эр лин и сан нянь ши цзелв ю ченг ши лиан хэ хуэй ли ши хуэй гун цзо бао гао = Отчет о работе Совета ВФТГ за 2013 год [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй гуань ван = Официальный сайт ВФТГ. – Режим доступа: <https://cn.wtcf.org.cn/20131018/3ca8ce28-80bb-4627-a34a-5e15357a67d7.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
36. Эр лин и сан нянь ши цзе лв ю ченг ши бэй цзин сян шань лв ю фэн хуэй лонг чжун чжао кай = В 2013 году в Пекине прошел грандиозный туристический саммит Сяншань, организованный ВФТГ [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй гуань ван = Официальный сайт ВФТГ. – Режим доступа: <http://cn.wtcf.org.cn/20131003/caac070a-440e-40cf-ac31-3214149d88fb.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
37. Ван Янь чу си ши цзе лв ю ченг ши бэй цзин сян шань фэн хуэй = Ван Янь принимает участие в саммите Сяншань [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй гуань ван = Официальный сайт ВФТГ. – Режим доступа: <http://cn.wtcf.org.cn/20131012/a1f14532-8d2d-497c-8ba5-debe1fa9818e.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
38. Сян шань фэн хуэй кай му, цюань цю лв йе цзин ин ци джу бэй цзин = Открывается Саммит Сяншань, глобальная туристическая элита собирается в Пекине [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй гуань ван = Официальный сайт ВФТГ. – Режим доступа: <http://cn.wtcf.org.cn/20210127/d156e60a-b52d-45bc-cc82-fa5a3bd0b3cb.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
39. Бу чжань гэн мэй ли, туй гуан тIAN синь и-го цзя лв ю джу чуанг синь чо бэй бо линь чжань = Более красивая выставка и новые идеи для

- продвижения, Государственное управление по делам туризма инновационно готовится к Берлинской выставке [Электронный ресурс] // Чжун го чжэн фу = Правительство КНР. – Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2015-03/02/content_2823869.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
40. Да ши цзи = Памятные вещи [Электронный ресурс] // Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй гуань ван = Официальный сайт ВФТГ. – Режим доступа: <https://cn.wtcf.org.cn/20210120/d8219d7f-d35b-971b-8ce3-92e3f048274b.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
 41. Чжу мо луо гэ да ши ли ли чу си чжун го - мо луо гэ лв ю ченг ши хэ цзо лунь тан = Посол КНР в Марокко Ли Ли принимает участие в Форуме сотрудничества туристических городов Китая и Марокко [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: <https://www.mfa.gov.cn/ce/cema/chn/xwds/t1531550.htm>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
 - [42. Чжун оу дай бяо зай си бан я доу лунь лв ю хэ цзо = Китайские и европейские делегаты обсуждают сотрудничество в сфере туризма в Испании [Электронный ресурс] // Чжун го чжэн фу = Правительство КНР. – Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2018-12/13/content_5348381.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
 42. Эр лин и бар ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй цин дао сянь шань лв ю фэн хуэй кай му = Открытие Всемирной федерации туристических городов 2018 года Циндао Сяншаньский туристический саммит // Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй гуань ван = Официальный сайт ВФТГ. – Режим доступа: <https://cn.wtcf.org.cn/20180907/d2cea595-90aa-4c4a-aaba-f9883b701fbc.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
 43. Ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй цзи цзи да цзянь чжун ла лян ди минь синь сянь тонг чжи цяо = ВФТГ активно наводит мосты между Китаем и Латинской Америкой для контактов между людьми [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/bj/201904/t20190419_842939.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
 44. Эр лин и цзю ши цзе лв ю ченг ши лиан хэ хуэй хэ эр синь цзи сянь шань лв ю фэн хуэй кай му = Открытие туристического саммита «Сяншань 2019» в Хельсинки [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/bj/201909/t20190906_846658.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).

45. Эр лин эр лин ши цзе лв ю хэ цзо юй фа чжань да хуэй джу син = Состоялась Всемирная конференция по сотрудничеству и развитию туризма в 2020 г. [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202009/05_874786.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
46. Эр лин эр и ши цзе лв ю хэ цзо юй фа чжань да хуэй джу син = Состоялась Всемирная конференция по сотрудничеству и развитию туризма в 2021 г. [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202109/t20210906_927552.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
47. Бэй цзин цзян да зао «и дай и лу» го цзи лв ю шу ню ченг ши = Пекин построит город-хаб международного туризма ОПОП [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/bj/202112/t20211222_929944.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
48. Чжу ли анг цзун лин ши го вэй чу си «чжун оу шань ди лв ю хэ цзо синь цзю» дуань хуа хуэй = Генеральный консул в Лионе Го Вэй принимает участие в диалоге на тему «Новые возможности для сотрудничества Китая и Европы в области горного туризма» [Электронный ресурс] // Чжун го вай цзю бу = Министерство иностранных дел КНР. – Режим доступа: <https://www.fmprc.gov.cn/chn/pds/wjdt/zwbdt/1545468.htm>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
49. Эр лин и ба го цзи шань ди лв ю лиан мэн бэй цзин лунь тан ци юэ цзю ри кай му = Пекинский форум Международного альянса горного туризма 2018 года открылся 9 июля [Электронный ресурс] // Гуйчжоу шэн вен хуа хэ лв ю тин = Отдел культуры и туризма провинции Гуйчжоу. – Режим доступа: https://whhly.guizhou.gov.cn/xwzx/zwyw/201903/t20190322_6778149.html. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
50. Эр лин и ба го цзи шань ди лв ю лиан мэн нянь хуэй зай гуй ян джу син = Ежегодно встрече членов МАГТ, состоявшейся в октябре 2018 г. в Гуйяне [Электронный ресурс] // Чжун го синь вен ван = Сеть новостей Китая. – Режим доступа: <https://www.chinanews.com.cn/cj/2018/10-13/8648992.shtml>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
51. Го цзи шань ди лв ю ри ци донг и ши зай шоу ду цзя де ман ду шунь ли джу бан = Церемония открытия Международного дня горного туризма успешно прошла в Катманду [Электронный ресурс] // Гуйчжоу шэн вен хуа хэ лв ю тин = Отдел культуры и туризма провинции Гуй-

- чжоу. – Режим доступа: https://whhly.guizhou.gov.cn/xwzx/tt/201905/t20190530_6774529.html. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
52. Го цзи шань ди лв ю лиан мэн: и кай куо ши йе кай туо фа чжань конг цзянь = МАГТ:расширяйте свой кругозор и открывайте пространство для развития [Электронный ресурс] // Жэньминь жибао = Жэньминь жибао онлайн. – Режим доступа: <http://gz.people.com.cn/n2/2021/1224/c371755-35065871.html>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
53. Эр лин эр и го цзи шань ди лв ю лиан мэн нянь хуэй зай гуй ян джу син = 2021 Ежегодная встреча МАГТ в Гуйяне [Электронный ресурс] // Чжун го синь вен ван = Сеть новостей Китая. – Режим доступа: <http://www.gz.chinanews.com.cn/szfc/guiyang/2021-12-23/doc-ihatzwis4184826.shtml>. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).
54. Го цзи шань ди лв ю ри ши цзе и чан мин шань (цзинь фо шань) фэн хуэй чжао кай = Международный день горного туризма Проведен саммит Золотой Фошань 2021 года [Электронный ресурс] // Чжун го вен хуа хэ лв ю бу = Министерство культуры и туризма КНР. – Режим доступа: https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/cq/202106/t20210602_924934.htm. – Дата доступа: 30.07.2022 (на кит. яз.).

Цымбал А. Г.,
кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры истории, мировой
культуры и туризма учреждения образования
«Минский государственный лингвистический университет»

Николайчик А. И.,
студент учреждения образования
«Минский государственный лингвистический университет»

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Понятие MICE-туризма, или «индустрии встреч», включает в себя организацию и обслуживание таких корпоративных мероприятий, как деловые встречи (meetings), поощрительные поездки (incentives), конгрессы (congresses) и выставки (exhibitions) или события (events) [1]. Мероприятия, осуществлением которых занимаются специалисты данной области, помогают развивать, мотивировать, обучать персонал, партнеров и клиентов компаний, а также формировать особую философию внутри организаций и распространять ее среди сотрудников и потребителей продукции клиентов.

Сегмент MICE играет значимую роль в мировом туризме, создает условия для стимуляции и развития бизнеса, активизирует процесс глобализации, а также определяет формирование интеллектуального рынка. Индустрия встреч, поощрений, конференций и выставок (MICE) считается одним из самых быстрорастущих секторов туризма. Важность индустрии событий для мировой экономики до пандемии невозможно переоценить. В 2017 г. этот сектор внес 1,5 трлн. долларов в мировой ВВП, а также создал 26 млн рабочих мест. Для сравнения: по этим цифрам индустрия мероприятий занимает 13-е место в мире по величине экономики [2]. MICE генерирует иностранную валюту, увеличивает торговлю и инвестиции, обеспечивает занятость, стимулирует местную экономику и продвигает туристические дестинации. Основным ключом к его успеху является тесное сотрудничество с секторами путешествий, гостеприимства и отдыха, которые предоставляют продукты и услуги для отрасли. Поэтому любой сбой в его цепочке создания стоимости может привести к значительным потерям для заинтересованных сторон: организаторов, участников, поставщиков, спонсоров и принимающих дестинаций. В 2020 г. пандемия COVID-19 кардинально перевернула индустрию, поскольку запреты на путешествия и чрезвычайные меры, принятые для борьбы с кризисом в области здравоохранения, нарушили нормальный режим международных поездок. Количество командировок сократилось на 89 %

в результате COVID-19, что составляет больше, чем суммарные потери после глобального кризиса 2008–2009 гг. (8 %) и террористического акта 11 сентября (11 %) вместе взятых [3].

В течение периода пандемии сектор бизнес-путешествий считался в достаточной степени уязвимым: ограничения накладывались не только на перемещения среди стран, но и на проведение любых массовых мероприятий [4], лишая сотрудников возможности поддерживать индустрию, как минимум, путем развития внутреннего туризма.

Пандемия внесла коррективы в проведение крупнейших туристических мероприятий. Организаторы были вынуждены искать новые способы их реализации, отвечающие текущей ситуации. Например, в 2020 г. международная туристическая выставка World Travel Market London впервые прошла в виртуальном формате; ITB Berlin-2021 (10–14 марта) – в гибридном формате: количество участников и экспонентов в залах ограничили до 1 000 человек, а всем остальным открыли виртуальный доступ к деловым мероприятиям; ITB India-2021 – в гибридном формате: с 7 по 9 апреля экспозиция проводилась в выставочном центре Бомбея и 15–16 апреля – в виртуальном режиме; сроки проведения Matka Nordic Travel Fair (самая крупная туристическая ярмарка Северной Европы) были перенесены с января на период с 19 по 23 мая 2021 г. [5].

Согласно Белой книге, совместно подготовленной Советом по туризму Сингапура, PCMA (Professional Convention Management Association) и UFI (The Global Association of the Exhibition Industry), только категория глобальных выставок сократилась на 68 %. В январе 2021 г. UFI опросила 450 компаний выставочной индустрии: более половины были вынуждены сократить штат; 30 % увидели падение прибыли более чем на 50 %; и 10 % сказали, что им придется закрыться, если в ближайшие 6 месяцев бизнес не возобновится [2].

С 7 по 14 февраля 2022 г. был проведен онлайн-опрос среди действующих и неактивных членов Международной ассоциации делового туризма (Global Business Travel Association, GBTA) по всему миру, включая менеджеров корпоративных поездок и поставщиков туристических услуг. В общей сложности в опросе приняли участие представители 461 компании [6].

По результатам опроса можно сделать следующие выводы:

1. Большинство компаний возобновили внутренний деловой туризм или планируют достичь этого в ближайшем будущем. 33 % компаний отменили или приостановили значительную часть бизнес-встреч в пределах страны, в то время как 71 % опрошенных отменили или приостановили международные деловые поездки.

2. Турагенты и туроператоры сообщают, что в среднем количество бронирований деловых поездок их компании сейчас составляет примерно 38 % от уровня, зарегистрированного до пандемии.

3. На вопрос *«Как часто вы бы хотели совершать деловые поездки в будущем?»* были получены следующие ответы: а) гораздо меньше, чем до пандемии – 8 %; б) незначительно меньше – 22 %; в) столько же – 55 %; г) незначительно больше – 7 %; д) гораздо больше, чем до пандемии – 6 %; е) нет четкого ответа – 2 %.

4. На вопрос *«Как бы вы охарактеризовали положение штата сотрудников в вашей компании на данный момент по сравнению с ситуацией до пандемии?»* были получены следующие ответы: а) численность сотрудников несколько/незначительно снизилась – 66 %; б) численность осталась прежней – 19 %; в) численность заметно снизилась – 13 %; г) нет четкого ответа – 2 %.

5. Большая часть респондентов заявила, что в нынешних условиях одинаково трудно найти, нанять и удержать квалифицированных сотрудников. Более того, сегодня компаниям приходится предлагать дополнительную оплату или другие стимулы для удержания специалистов на рабочих местах.

6. На вопрос *«Как бы вы оценили требования к въезду в вашу страну для иностранцев?»* были получены следующие ответы: а) слишком снисходительные – 8 %; б) приемлемые – 46 %; г) слишком строгие – 34 %; д) нет четкого ответа – 12 %.

7. 62 % респондентов полностью отрицают предложение о масштабном запрете въезда для путешественников (из всех стран или определенных стран); 67 % поддерживают такую меру, как вакцинация против COVID-19 или ПЦР-тестирование перед отъездом в отношении прибывающих для скорейшего восстановления туризма.

8. 58 % респондентов планируют возобновить внутренние поездки в ближайшем будущем (1–3 месяца), однако ровно половина участников опроса пока не готова заявлять о восстановлении международных поездок.

Состояние туризма конкретно в Беларуси также оценивается как находящееся в состоянии кризиса. Согласно данным РСТО, среди 58 опрошенных национальных туроператорских и турагентских компаний лишь половине удалось удержать прежний уровень продаж туров с потерями менее 20 %, в то время как у остальных показатели упали более чем на 80 % [7]. В начале периода пандемии реализация международных конференций в Беларуси соответствовала глобальным тенденциям и производилась с помощью специальных видеоплощадок: в 2020 г. были проведены такие международные онлайн-форумы и стримы, как «Международный аграрный онлайн-форум», «Беларусь – жемчужина Евразии», «Пути развития промышленности в XXI веке» [8] и т. д. Далее можно заметить, что к 2021–2022 гг. положение МICE-туризма заметно улучшилось, так как снова стало возможным проведение разного рода встреч в привычном режиме (таким образом, уже получилось организовать, например, «IV Международный студенческий экологический конгресс», воркшоп

«Турбизнес» с участием российских туристических структур в апреле 2022 г., а также планируется осуществление «Белорусского промышленно-инновационного форума» в сентябре 2022 г.). Характерно, что в «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 года» от 7 октября 2020 г. работа по развитию делового и MICE-туризма будет ориентирована на те же цели, а именно: обеспечение включения Республики Беларусь в международные ассоциации конгрессного туризма; координация усилий туристического бизнеса и государства по конгрессно-выставочной деятельности и вовлечении существующей инфраструктуры для организации конгрессного туризма; участие в международных специализированных выставках MICE-туризма; создание конгресс-бюро; строительство крупного конгрессно-выставочного центра.

Сегодня многие мировые компании продолжают использовать формат виртуальных и гибридных мероприятий MICE, поскольку в нем были выявлены серьезные преимущества. Во-первых, платформа позволяет менеджерам мероприятий охватывать больше аудитории через социальные сети. Интернет-вовлечение позволяет участникам получать доступ к мероприятиям с помощью мобильных приложений на своих гаджетах из любой точки.

Во-вторых, онлайн-инициативы сокращают расходы со стороны организаторов на аренду места проведения, питание, транспорт, материалы и проживание. Делегаты, спонсоры и экспоненты также имеют доступ к архивным презентациям и могут ознакомиться с ними в удобное для них время.

Однако, несмотря на повсеместную диджитализацию, ряд организаций считает, что виртуальные и гибридные деловые мероприятия не могут полностью заменить опыт взаимодействия лицом к лицу [9].

Говоря о прогнозах, ожидается, что ежегодный рост расходов на деловые поездки будет постепенно расти, хотя несколько замедлится в 2023 г. К концу 2024 г. показатели достигнут примерно 1,4 трлн долларов, что почти сравняется с пиком доходов до пандемии в 2019 г. в размере 1,43 трлн долларов. Есть вероятность, что полное восстановление до параметров допандемического уровня произойдет к 2025 г. [10].

Эксперты компании McKinsey резюмируют, что в первую очередь вернуться региональные и внутренние деловые поездки. Международные поездки будут восстанавливаться дольше из-за сложности государственного регулирования, обязательного карантина и меняющейся национальной политики стран. В Малайзии и Сингапуре изучают возможность создания коридоров для деловых поездок в соответствии со строгими протоколами, допускающими исключения из карантинных мер, чтобы способствовать экономическому развитию [11].

Далее следует рассматривать цель совершения поездки: ожидается, что поездки для продаж и встреч с клиентами начнут осуществляться в первую

очередь, за исключением особенно важных случаев (например, поездок, связанных с цепочками поставок, которые продолжались на протяжении всей пандемии). Организации, ориентированные на продажи, выразили настоятельную необходимость вернуться к формату личных встреч с клиентами. Это необходимо для более продуктивной деятельности и требует, чтобы обе стороны имели возможность осуществлять поездки. Другие компании также высказались в пользу того, чтобы снятие ограничений прошли как можно более равномерно: как только коллеги начнут ездить на торговые встречи или презентации, отстающие столкнутся с растущим давлением и не смогут вовремя презентовать себя, привлекая потенциальных клиентов. Деловые поездки на крупные отраслевые мероприятия, скорее всего, вернутся в последнюю очередь, поскольку требуют более высокой степени уверенности в общественной безопасности. Конференции и торговые выставки хоть и играют ключевую роль в налаживании контактов, и их трудно проводить виртуально, однако они также сопряжены с высоким риском для эпидемиологической ситуации.

Деловому туризму предстоит долгий, многолетний период восстановления. В условиях ограниченных ресурсов и медленного оживления туристические компании должны в ближайшей перспективе обеспечить бережливые и эффективные модели, разрабатывая долгосрочные цели и планы. Гибкие компании, держащие руку на пульсе потребностей клиентов, станут лидерами посткризисного восстановления.

Список использованных источников

1. Концавенко, И. За деловой туризм с деловой хваткой / И. Концавенко // Экономика Беларуси. – 2016. – № 4 (49). – С. 70–71.
2. Reimagining business events through Covid-19 and beyond [Electronic resource] // Singapore Tourism Board. – 2022. – Mode of access: <https://www.stb.gov.sg/content/dam/stb/documents/industries/Reimagining%20Business%20Events%20-%20White%20Paper%20-%20FINAL.pdf>. – Date of access: 26.07.2022.
3. 58 Tourism Industry Statistics Showing COVID-19's Impact [Electronic resource] // HotelTechReport. – Mode of access: <https://hoteltechreport.com/news/tourism-industry-statistics#business-travel>. – Date of access: 09.04.2022.
4. Федяева, А. З. Мисе-индустрия в период пандемии / А. З. Федяева, Н. В. Богданов // Вестник индустрии гостеприимства : междунар. науч. сб. – СПб. : С.-Петербург. гос. экон. ун-т, 2021. – С. 119–124.
5. Международные туристические ярмарки уходят в онлайн и «гибридный» формат [Электронный ресурс] / Ассоциация туроператоров. –

- Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-Centre/new/52763.html>. – Дата доступа: 09.04.2022.
6. GBTA Coronavirus Recovery Poll (February 28, 2022) [Electronic resource] // Global Business Travel Association. – Mode of access: <https://www.gbta.org/Portals/0/Documents/poll/Feb22/26th20Poll20Results20Feb2028202022.pdf>. – Date of access: 19.04.2022.
 7. Кобзик, Л. Опрос: у половины белорусских турфирм продажи туров в этом сезоне упали больше чем на 80 % [Электронный ресурс] / Л. Кобзик // Веб-сайт Республиканского союза туристических организаций. – Режим доступа: <https://www.toursoyuz.by/2020/09/10/opros-u-pолоviny-belorusskih-turfir-m-prodazhi-turov-v-etom-sezone-upali-bolshechem-na-80/>. – Дата доступа: 19.04.2022.
 8. Организация международных конференций, форумов и семинаров [Электронный ресурс] / Выставочное унитарное предприятие Белорусской торгово-промышленной палаты БЕЛИНТЕРЭКСПО. – Режим доступа: <https://www.belinterexpo.by/organizaciya-mezhdunarodnyh-konferencij-i-kongressnyh-meropriyatij/>. – Дата доступа: 19.04.2022.
 9. Disimulacion M. MICE TOURISM DURING COVID-19 AND FUTURE DIRECTIONS FOR THE NEW NORMAL [Electronic resource] // Semantic Scholar. – Mode of access: <https://www.semanticscholar.org/paper/MICE-TOURISM-DURING-COVID-19-AND-FUTURE-DIRECTIONS-Disimulacion/e46f79d191e1555acc7a39ad233ad16207e6fe83>. – Date of access: 10.04.2022.
 10. Business Travel: Full Recovery Expected by 2025 [Electronic resource] // Global Business Travel Association. – Mode of access: <https://www.gbta.org/blog/business-travel-full-recovery-expected-by-2025/>. – Date of access: 10.04.2022.
 11. For corporate travel, a long recovery ahead [Electronic resource] / A. Curley [et al.] // McKinsey&Company. – Mode of access: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/for-corporate-travel-a-long-recovery-ahead>. – Date of access: 10.04.2022.

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КИТАЯ: СОХРАНЕНИЕ И ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ

Выявление, защита, передача и использование сельскохозяйственного культурного наследия играют очень важную роль в содействии устойчивому развитию сельского хозяйства, увеличении доходов фермеров в районах наследия, защите агроэкологической среды. По сравнению с развитыми странами, такими как Европа и США, Китай поздно приступил к защите сельскохозяйственного культурного наследия и должен создать социальный механизм для участия в целях эффективного укрепления изучения и защиты важного сельскохозяйственного культурного наследия.

Культурное наследие относится к материальным или нематериальным формам человеческого образа жизни, передаваемым из поколения в поколение. Сельскохозяйственное культурное наследие является частью культурного наследия со всеми соответствующими характеристиками. Сельскохозяйственное культурное наследие относится к формированию материальных или нематериальных природных и культурных ландшафтов в сельских районах, на сельском хозяйстве, с локальным природным разнообразием. Сельскохозяйственное культурное наследие включает в себя материальное сельскохозяйственное культурное наследие и нематериальное сельскохозяйственное культурное наследие, из которых материальное сельскохозяйственное культурное наследие является средством производства, нематериальное сельскохозяйственное культурное наследие является технологией производства.

Формирование сельскохозяйственного культурного наследия неразрывно связано с многогранностью сельского хозяйства. Универсальность сельского хозяйства относится к экономической функции обеспечения продуктами питания, волокнами и другими товарами, а также включает сельскую среду, сельский сельскохозяйственный ландшафт, выживание и занятость в сельской местности, качество продовольствия и здоровье, национальную продовольственную безопасность, сельскохозяйственную культуру и благополучие животных и другие экологические и социальные функции, связанные с производством несырьевых товаров [1, с. 1058] (рис. 1).

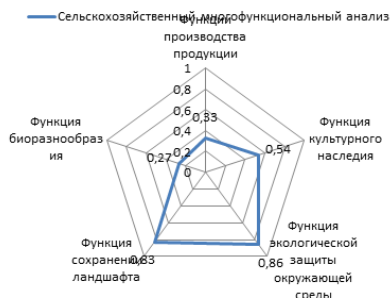


Рис. 1 – Сельскохозяйственный многофункциональный анализ на примере округа в провинции Чжэцзян, Китай

До индустриализации функция сельского хозяйства, помимо обеспечения продовольствием, также предполагала большое количество социальных функций и, таким образом, формировала богатое сельскохозяйственное культурное наследие. С углублением индустриализации сельскохозяйственная функция стала, как правило, монолитной, т. е. предусматривала простое снабжение продовольствием, а сельскохозяйственное культурное наследие постепенно сокращалось и утрачивалось. В постиндустриальную эпоху сельскохозяйственные функции начали развиваться в плюралистическом направлении. Во многих развитых странах возник феномен «контрурбанизации», и в позиционировании сельскохозяйственных функций стало проявляться разнообразие. Например, появились сельское хозяйство в сфере туризма и экологическое сельское хозяйство, и вновь была подчеркнута ценность сельскохозяйственного культурного наследия.

В целях защиты сельскохозяйственного культурного наследия Китая, не нарушая руководящей идеологии Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО), сформировал критерии отбора важного сельскохозяйственного культурного наследия Китая в соответствии с природными, социальными и экономическими условиями страны и со ссылкой на стандарты ФАО: 1) историческое наследие по-прежнему имеет сильную производственную функцию, обеспечивая безопасность местного сельскохозяйственного производства, доходы жителей и социальное благополучие; 2) традиционные знания и технологии в области использования ресурсов, сельскохозяйственного производства или сохранения водных и почвенных ресурсов имеют различные экологические функции и ландшафтные ценности; 3) воплощает концепцию гармоничного развития человека

и природы и содержит мудрость трудящихся; 4) перед лицом природных факторов, таких как стихийные бедствия, изменение климата, биологическое вторжение, а также негативного воздействия человеческих факторов, таких как урбанизация, новые сельскохозяйственные технологии, иностранные культуры, существует риск вымирания [2, с. 220].

Китай является крупной сельскохозяйственной страной, с древних времен имеющей традиции охраны природы и накопившей богатый опыт в долгосрочной сельскохозяйственной практике. На протяжении тысячелетий вся концепция древнекитайской философии, теория «единства неба и человека» и теория «сосуществования» были в полной мере отражены и применены в развитии традиционного сельского хозяйства и заложили основу для развития современного экологического сельского хозяйства, которое стало важным направлением в международном устойчивом сельскохозяйственном движении. Тысячелетняя история сельскохозяйственной культуры Китая в сочетании с различиями в природе и человечестве в разных регионах сформировала широкий спектр систем сельскохозяйственного производства с очевидными характеристиками и весьма унифицированными экономическими и экологическими ценностями, такими как Проект по охране водных ресурсов Дучзяньянь, Канерцзин, рыбный пруд Санджи, рыбоводство на рисовых полях и т. д. [3, с. 156]. Эти богатые и разнообразные производственные системы были испытаны на протяжении тысячелетий и сыграли важную роль в развитии сельскохозяйственного производства, сельской жизни и даже социальной цивилизации. Сельскохозяйственное культурное наследие Китая столь же разнообразно, как и его исторические традиции.

Исходя из цели содействия устойчивому развитию сельского хозяйства Китая, Министерство сельского хозяйства с 2012 г. выявило ряд важных объектов сельскохозяйственного культурного наследия в Китае. К настоящему времени было опубликовано пять списков важного сельскохозяйственного культурного наследия Китая. В долгосрочном процессе земледельческой обработки почвы провинции в сочетании с реальной ситуацией сформировали уникальную сельскохозяйственную культуру [4, с. 6]. Это также привело к неравномерному распределению сельскохозяйственного культурного наследия в разных провинциях. Провинция Чжэцзян занимает первое место по количеству важных объектов сельскохозяйственного культурного наследия в Китае с 12 объектами, за ней следует провинция Хунань с 7 объектами (рис. 2). Провинция Чжэцзян, расположенная на юго-востоке Китая, является типичной страной рыбы и риса в Китае. Уникальный рельеф провинции Чжэцзян, разнообразные экологические ресурсы, отличная природная среда создали ее богатую сельскохозяйственную культуру. Сельскохозяйственное культурное наследие провинции Чжэцзян включает в себя систему выращивания бамбу-

ка, систему рыбоводства и другие агроэкосистемы. Провинция Хунань расположена в центральном Китае, является многонациональной провинцией, производственный образ жизни, сформированный 8 этническими группами, способствовал формированию сельскохозяйственного культурного наследия провинции Хунань.

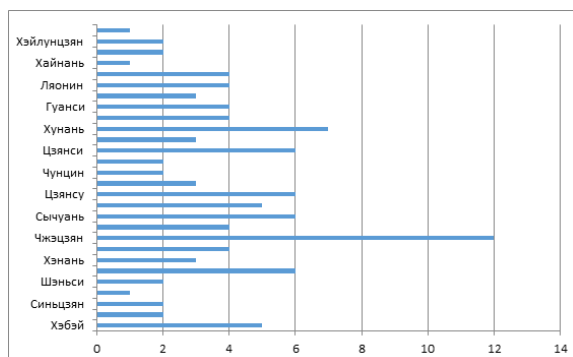


Рис. 2 – Распределение объектов сельскохозяйственного культурного наследия Китая по провинциям

На макроуровне, с быстрым развитием экономической глобализации и ускорением процесса модернизации, Китай переживает сложные и всеобъемлющие социальные, экономические и культурные изменения. Трансформация и развитие общества, конфронтация и противоречия поставили традиционное сельскохозяйственное культурное наследие под серьезную угрозу утраты [5, с. 60]. Поэтому развитие сельскохозяйственной отрасли должно быть преобразовано, а сочетание туризма и сельского хозяйства в настоящее время рассматривается как отвечающее требованиям устойчивого развития. В то же время, благодаря долгой истории развития сельского хозяйства в Китае, широкому разнообразию условий сельскохозяйственного производства и многочисленным этническим группам, сформировалось множество традиций сельскохозяйственного культурного наследия, заложивших прочную основу для развития сельскохозяйственного туризма.

На микроуровне правительство придает большое значение охране сельскохозяйственного культурного наследия, декларированию культурного наследия, научной охране и развитию сельскохозяйственного культурного наследия и, соответственно, развитию его уникальных видовых ресурсов, технологий производства, экологической среды и культурных благ. Некоторые

объекты наследия активно ищут пути и средства передачи и охраны данного сельскохозяйственного культурного наследия, сочетая множество аспектов, таких как развитие и сохранение, производственные и экологические функции, интересы фермеров на объекте наследия и устойчивое развитие сельского хозяйства, для достижения цели объединения культурных, экологических, социальных и экономических преимуществ объекта наследия.

Сельскохозяйственное культурное наследие является важной частью культуры Китая, и каждый гражданин обязан сохранять и передавать ее традиции. С развитием социальной экономики и повышением осведомленности общественности о защите защита сельскохозяйственного культурного наследия Китая вступит в новый этап. Правительство и общественные организации совместно защищают сельскохозяйственное культурное наследие, совершенствуют законы и нормативные акты, создают долгосрочные механизмы защиты, готовят профессиональные кадры. Таким образом, под влиянием хорошей социальной атмосферы общественность также усилит внимание к процессу сохранения и популяризации культурного наследия сельского хозяйства Китая.

Список использованных источников

1. Лу, Хэ. Исследование многомерной модели оценки сельскохозяйственной универсальности и ее применения – пример уезда Цинтянь, провинция Чжэцзян / Хэ Лу, Мин Цинвэнь, Чжан Дань // Наука о ресурсах. – 2010. – № 32 (6). – С. 1057–1064.
2. Цинвэнь, Мин. Исследования по охране и развитию сельскохозяйственного культурного наследия в Китае: ход исследований / Мин Цинвэнь, Чжан Битянь // Журнал агрономии. – 2018. – № 8. – С. 218–221.
3. Ли, Вэньхуа. Экологическое сельское хозяйство. Теория и практика устойчивого сельского хозяйства в Китае / Вэньхуа Ли. – Пекин : Изд-во хим. инженерии, 2003. – 156 с.
4. Симин, Ван. Исследование сельскохозяйственного наследия в Китае: прогресс и изменения / Ван Симин, Лу Ен // Китайское сельское хозяйство. История. – 2010. – № 1. – С. 3–11.
5. Чжаоронг, Пэн. Об экологической мудрости Китайского сельскохозяйственного наследия: на примере террасных рисовых полей / Пэн Чжаоронг // Журнал Юньнаньского университета. – 2019. – № 51. – С. 55–62.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Давыденко Л. Н.,

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры
международного туризма Белорусского государственного университета

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ПЕРЕХОДА НА «ЗЕЛЕННЫЕ» СТАНДАРТЫ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Для практики понятие «зеленая» экономика сформулирована ЮНЕП (Программой ООН по окружающей среде). Согласно ЮНЕП «зеленая» экономика описывается как экономика, в которой экономический рост и экологическая ответственность взаимодействуют, усиливая друг друга, одновременно поддерживая прогресс в области социального развития, улучшая благосостояние людей и социальную справедливость и значительно снижая экологические риски и экологический дефицит [1, с. 9].

Приоритетными направлениями «зеленой» экономики согласно ЮНЕП являются:

- эффективное использование природных ресурсов;
- сохранение и увеличение природного капитала;
- уменьшение загрязнения;
- низкие углеродные выбросы;
- предотвращение утраты экосистемных услуг и биоразнообразия;
- рост доходов и занятости [2].

К факторам развития «зеленой» экономики на глобальном и национальном уровнях следует отнести рост актуальности проблемы экологической безопасности для населения и стремление государств обеспечить национальную безопасность, включая энергетическую, экологическую, продуктовую безопасность и снижение рисков климатических изменений [3, с. 303–307].

Индустрия туризма имеет возможности при «озеленении» внести существенный вклад в достижение поставленных целей, а именно снизить энергоемкость ВВП. В мире уже сегодня имеется значительный положительный опыт использования альтернативных источников энергии в производстве туристского продукта. Известно, что существуют различия в значимости проблемы снижения энергоемкости туристского продукта между странами. Это зависит в том числе и от места индустрии туризма в экономике страны.

Однако для целого ряда развивающихся экономик эта проблема весьма актуальна.

Большое влияние на развитие «зеленой» экономики оказывают климатические изменения, вызывающие опасные природные явления и процессы, природные катастрофы. В туризме климатические изменения не только вызывают рост издержек (при причине обеспечения безопасности туристов), но и могут внести значимые изменения в условия функционирования бизнеса (например, сдвиг сезонов, отсутствие снежного покрова на горнолыжных курортах и, как итог, – изменение объемов и туристских направлений). При поиске путей перехода к зеленой экономической модели можно обнаружить проблемы дефицита жизненно важных природных ресурсов и экосистемных услуг. К этому можно отнести водный дефицит. Результаты исследований прогнозируют угрозу водного дефицита для 47 % населения Земли уже к 2030 г. Несмотря на то, что туризм не сопоставим по объему водопотребления с сельским хозяйством и рядом других отраслей, вышеупомянутый прогноз носит серьезный характер в плане обострения проблемы водообеспечения. Нужно учитывать потребление чистой питьевой воды туристом в день или бассейновые комплексы, спа-курорты, орошаемые парки, для которых необходима вода.

При планировании развития туристической отрасли в любой стране нельзя не учитывать возможность развития природного капитала, фактор его способности к восстановлению и возобновлению. Термин «природный капитал» объясняется как совокупность природных ресурсов, которые обладают некоторой стоимостью, привязанной к мировым ценам на эти ресурсы. В текущий момент лимитирующим фактором развития является не произведенный, а природный капитал. Данный фактор говорит о необходимости экологизации экономики.

При этом индустрия туризма обладает рядом особенностей, влияющих на процессы ее экологизации. Прежде всего, это зависимость объемов и качества туристического продукта от объемов и качества природного и культурного капитала, определяющих аттрактивность дестинации для туристов. Деградация природных ресурсов, уничтожение памятников природы, загрязнение водоемов, нарушение ландшафтов, снижение биоразнообразия ведут к снижению или вовсе полному отсутствию туристского потока и, как итог, – падению экономики, где этот сектор является ключевым. Согласованность эколого-экономических интересов и действий власти, бизнеса, населения, институтов развития, инвесторов является условием положительного воздействия этого фактора. Это надо учитывать как при построении стратегий «зеленого» роста, так и при реализации планов по их достижению [4].

Для Беларуси данное понятие не является новым. Ведь наша страна обладает большими ресурсами для перехода к зеленой экономике: *природными* (обширные леса, лесо-озерные, лесо-речные природные комплексы, включа-

ющие памятники природы, болота Белорусского Полесья с их уникальными экосистемами, разнообразный растительный и животный мир, природные лечебные ресурсы, охотничьи и рыболовные угодья, живописные ландшафты); *человеческими, материальными и технологическими*. Именно поэтому туристический сектор, а в частности агроэкотуризм, поможет сыграть существенную роль в переходе к зеленой экономике. В том числе благодаря регионам со слабо развитой экономикой, но тем не менее обладающим потенциалом для развития. Решит проблему занятости населения и использование локальных ресурсов.

«Зеленая» экономика, подобно туризму, представляет собой сектор экономики, включающий широкий спектр производств и видов хозяйственной деятельности. Переход на принципы «зеленой» экономики способствует росту занятости и деловой активности в различных сферах хозяйства, стимулирует развитие новых производств и видов деятельности, позволяет быстрее выйти из рецессии и ускорить инновационное развитие.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 10 декабря 2021 г. № 710 утвержден Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы. В качестве стратегической цели утвержденного плана определено развитие инклюзивной, умной и цифровой «зеленой» экономики, содействующей достижению экономического роста [5].

Национальный план призван сформировать комплекс мер по приоритетным направлениям в соответствии с основными положениями Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы, включая содействие достижению «зеленого» экономического роста в условиях сохранения природного капитала и повышение занятости путем создания «зеленых» рабочих мест. **В число приоритетных направлений развития «зеленой» экономики в нашей стране было включено** развитие экологического туризма и агроэкотуризма на период до 2035 г.

Документом определены мероприятия, направленные на реализацию Национального плана действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы. В частности, в перечень включены мероприятия:

- по развитию экологической сертификации и экомаркировки;
- разработке законодательства в сфере обращения химических веществ в части ограничения использования оксопластмасс и микропластмасс;
- продвижению «зеленых» маркетинговых стратегий в области устойчивого производства среди организаций Республики Беларусь;
- совершенствованию законодательства об обращении с отходами, а также в области производства и обращения органической продукции;

- повышению комфортности и безопасности условий проживания с постепенным переходом к ландшафтно-усадебной урбанизации, созданием и развитием сети поселений нового типа;
- развитию сети зарядных станций для электромобильного транспорта на территории Республики Беларусь;
- реализации Концепции развития велосипедного движения в Республике Беларусь;
- разработке Стратегии долгосрочного развития Республики Беларусь с низким уровнем выбросов парниковых газов на период до 2050 г.;
- внедрению механизма добровольного экологического страхования [5].

В Национальной стратегии устойчивого развития в сфере развития туризма стоит задача восстановления туристической отрасли, претерпевшей наибольшие потери от последствий коронавирусной пандемии, повышения качества туристических продуктов, стимулирования развития внутреннего туризма, привлечения новых туристических потоков и диверсификации экспорта туристических услуг (КНР, ОАЭ, страны ОЭСР и др.).

Стратегические задачи повышения качества и уровня жизни, устойчивого развития сельских территорий, повышения конкурентоспособности продовольственной продукции определяют актуальность формулирования новых подходов к совершенствованию и оптимизации агропромышленного производства в Республике Беларусь. В данной связи в рамках ключевых государственных программ социально-экономического развития отмечается потенциал органической системы землепользования для достижения целевых ориентиров в экологической, экономической и социальной областях. Так, согласно «Доктрине национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года», обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности предполагает переход к более высоким уровням качества питания, что связано с развитием производства и обращения органической продукции, организацией ее экономической доступности для всех категорий населения [6]. Это предполагает формирование эффективных условий институционализации рынка органической продукции.

ЮНЕП и Всемирная туристская организация (ЮНВТО) считают, что туризм в контексте «зеленой» экономики – это туристическая деятельность, в полной мере учитывающая текущее и будущее экономическое, социальное и экологическое воздействия, а также удовлетворение потребностей потребителей услуг (туристов), индустрии и местных сообществ. Это не отдельная форма туризма – все виды туризма должны стать «зелеными» и устойчивыми, а именно предполагать [2]:

- уважение социокультурной идентификации местных общин, помощь в сохранении их культурного наследия и традиционных ценностей;

- оптимальное использование ресурсов окружающей среды, являющихся ключевыми элементами для развития туризма, поддержание ключевых экологических процессов и содействие сохранению природных ресурсов и биоразнообразия;
- обеспечение жизнеспособной долгосрочной экономической деятельности, обеспечивающей социально-экономические справедливо распределяемые выгоды для всех вовлеченных сторон, в том числе удовлетворенности туристов, стабильной занятости и возможности для получения доходов и социальных услуг принимающим общинам.

Принято считать, что экологические требования – это ограничения и если им следовать, то это потребует дополнительных затрат; фактором развития «зеленой» экономики становится информированность об опыте внедрения «зеленых» технологий, эколого-экономической эффективности «зеленых» инвестиций. В этом смысле ключевая роль отводится международным и национальным системам экологической сертификации. В их обязанности входит не только экологический аудит, экологический менеджмент, но и поиск технологий и методов сокращения оставляемого ими экологического следа.

В качестве примеров в индустрии туризма можно привести Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) – это международный консенсус по минимальным критериям, которым должен отвечать туристический бизнес для обеспечения устойчивого развития. Международная система сертификации средств размещения Travelife Sustainability System, которая продвигает «зеленые» технологии в туризме.

Помимо экологической сертификации, внедрению «зеленых» технологий в туризме способствуют разработка и реализация целого ряда программ, таких как Hotel Energy Solution, Tour Bench, SUTOUR. Принятие участия в перечисленных программах позволяет предприятиям в индустрии туризма оценить собственные расходы ресурсов (энергия, вода), выбрать эффективные технологии и мероприятия, обеспечивающие сокращение объемов потребления ресурсов [3, с. 303–307].

За период 2015–2018 гг., когда в Республике Беларусь под общей координацией Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды масштабное развитие получила «зеленая» экономика, международные организации (прежде всего, Представительство Европейского союза и Программа развития ООН) активно оказывали грантовую поддержку по всем направлениям «зеленой» экономики (в том числе по направлению «экотуризм»). За указанный период накоплена статистика, позволяющая сделать вывод о широкой популярности экотуризма, как одного из самых масштабных направлений «зеленой» экономики [7].

В 2015 г. в рамках проекта ПРООН «Содействие переходу Республики Беларусь к «зеленой» экономике», профинансированного ЕС, состоялся Конкурс «зеленых» инициатив с общим бюджетом 1 750 000 евро, на который было подано 150 заявок. В 2015 г. около 24 % всех заявок, поданных для получения грантовой поддержки в рамках проекта ПРООН «Содействие переходу Республики Беларусь к «зеленой» экономике», профинансированного ЕС, относились к экотуризму [5]. В результате конкурса «зеленых» инициатив были поддержаны 16 заявок из 150, т. е. в среднем конкурс составил 9,38 заявок на одно место победителя.

В 2018 г. около 13 % всех заявок (18 заявок), поданных для получения грантовой поддержки в рамках проекта ПРООН «Вовлечение общественности в экологический мониторинг и улучшение управления охраной окружающей среды на местном уровне», финансируемого ЕС, относились к экотуризму. Популярность экотуризма как направления, претендующего на грантовую поддержку, в сравнении с другими направлениями существенно снизилась. В результате конкурса экологических инициатив были поддержаны 10-12 заявок из 136, т. е. в среднем конкурс составил 11,3–13,6 заявок на одно место победителя. С учетом того, что в направлении «экотуризм» могут быть подданы 2–3 заявки, конкурс составил 6–8 заявок на одно место победителя.

Очевидно, сохраняется общая тенденция, заключающаяся в том, что конкурс на получение грантовой поддержки для проектов в сфере экотуризма значительно меньше, чем конкурс по другим приоритетным направлениям «зеленой» экономики. Это означает, что получить грантовую поддержку для реализации проекта в сфере экотуризма значительно легче, чем по другим сферам «зеленой» экономики [7].

Важнейшей задачей для перехода к «зеленой» экономике является формирование «зеленого» мировоззрения молодежи страны. Ввиду увеличения потока туристов есть риск возникновения проблемы – роста экологически негативного влияния туристов на природу. В данном случае необходимо усилить экологическое сознание туристов. Здесь необходимо заниматься образованием и воспитанием населения с целью повышения экологической культуры. Особое значение необходимо уделять изучению нормативных документов и национальных стандартов об устойчивом развитии, а также методам и приемам оценки социальной ответственности бизнеса.

Нормативные документы для социально ответственного бизнеса требуют учета международных и национальных стандартов. Каждая компания разрабатывает собственную стратегию корпоративной социальной ответственности, но есть и общепринятые документы. Среди них:

- глобальный договор ООН об устойчивом развитии;
- национальный стандарт ИСО 26000 «Руководство по социальной ответственности»;

- стандарты отчетности GRI и AA1000;
- другие международные документы в области устойчивого развития. [<https://exiterra.com/blog/dlya-biznesa/realizatsiya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa/>].

Методы и приемы оценки социальной ответственности туристического бизнеса можно проследить через экономическую оценку окружающей среды. Анализ научной литературы [8] свидетельствует, что к основным методам экономической оценки окружающей природной среды относятся:

- относительный (Contingent Valuation Method CVM) – основан на проведении интервью или анкетирования с помощью методов маркетинговых исследований рынка;
- анализ затрат и выгод (CBA) – используется, чтобы получить определенные преимущества в экономическом смысле. При использовании этого метода следует обратить пристальное внимание на риски, неопределенности, баланс и распределение. Таковы условия для получения достоверных оценок нанесенного экологического ущерба. Большое значение в этом методе имеет выбор критериев. К наиболее объективным относится эффективность метода – чистого проекта. Этот критерий должен поддерживать эффективность инвестиционного проекта, или отношение прибыли к затратам;
- стоимостный – основан на принципе взаимодополняемости (комплементарности) двух благ. Он используется в основном для оценки рекреационных и туристических функций окружающей среды, а также ценовой конъюнктуры и деятельности в результате экономических и политических изменений, связанных с природной средой;
- воздействие – эффект (метод «доза – реакция») – оценка производится путем определения затрат на мероприятия, которые должны быть понесены, чтобы заменить или восстановить отдельные элементы окружающей среды, т. е. сумма затрат на инвестиции, оборудование, эксплуатационные расходы по восстановлению окружающей среды;
- основной подход – индикатор. Состоит в определении отдельных показателей, отражающих реакцию негативного воздействия на окружающую среду. Показатели рассчитаны на основе опыта и эмпирических исследований, проведенных другими методами (например, прямым исследованием). Показатели могут быть выражены в стоимости, процентах, физических величинах;
- метод ценообразования для благ. Основывается на предположении, что сумма, которую предприятие готово платить за благо, зависит от характеристик последнего. В этом методе характеристики нерыночной стоимости выгод оцениваются на основе наблюдения за большим количеством рыночных сделок, в которых существуют различные цены и характеристики товара, в результате чего рассчитывается значение

критерия. Основным недостатком этого метода являются различия в ценовых категориях. Учитывая этот недостаток, данный метод можно использовать для оценки активов изменяющейся окружающей среды;

- прямой метод расчета – используется для измерения потерь, выраженных в натуральных единицах, в том числе и для оценки экономических потерь, вызванных коррозией машин и оборудования, сокращением производства. Для оценки убытков используют соответствующие формулы и коэффициенты;
- метод потерянных преимуществ. Он используется для оценки потенциальной выгоды приемлемого использования. Примером его применения является оценка водно-болотных угодий на основе оценки выгод, получаемых от использования земли в сельскохозяйственных целях;
- метод компенсации, основанный на стоимостной оценке денежной компенсации за экологический ущерб. Предоставляется правовыми институтами или страховыми компаниями;
- метод профилактики – экологические ресурсы оцениваются, исходя из расходов на проведение мероприятий, которые требуются для предотвращения или снижения неблагоприятного воздействия на окружающую среду;
- экспериментальный – используется очень редко из-за высокой стоимости и организационных трудностей;
- метод замещений, который учитывает цены и расходы, предлагает использовать заменители для экологических товаров и ресурсов, которые находятся в опасности или были утрачены;
- матричный метод – широко используется в западных странах. В своей первоначальной версии он был применен для оценки воздействия на окружающую среду проекта, который имеет большое значение в экологизации экономического расчета. На практике его диапазон применения очень широк. Это обусловлено в большей степени универсальностью матрицы, которая может быть изменена в зависимости от цели исследования.

Универсального экономического метода оценки состояния природной среды и комплексной ее оценки в связи с экологическим загрязнением не существует. Каждый из методов, представленных в литературе, имеет ограниченное применение в основном из-за неточных данных. Методы и приемы разработаны в соответствии с условиями в экономически развитых странах [3].

Таким образом, развитие индустрии туризма на принципах построения «зеленой» экономики возможно при экологизации всей системы управления экономикой, начиная с законодательства – создания нормативно-правовых основ перехода на новую экономическую модель – и заканчивая инструментами, которые бы стимулировали становление «зеленого» поведения производителей.

лей и потребителей, включая налоги, цены, «зеленые» кредиты и инвестиции. Вместе с тем это будет способствовать улучшению экономической, социальной и экологической сфер. В первую очередь, это усилит экономический рост, повысит конкурентоспособность как индустрии туризма, так и нашей страны.

Мировая практика показывает, что регулирование отношений в сфере индустрии туризма требует использования новейших технологий, связанных с преодолением консервативного мышления персонала организаций, повышения их социальной ответственности за предоставление разнообразных и качественных услуг, а также выполнения своих обязательств перед государством и обществом. Среди проблемных вопросов дальнейшего развития индустрии туризма в Республике Беларусь на принципах «зеленой» экономики следует отметить:

- развитие туристской инфраструктуры в соответствии с международными стандартами;
- усиление государственной поддержки внутреннего туризма, включая льготное кредитование, гибкость налогообложения, компенсации финансовых затрат для путешествий отдельных категорий граждан и др.;
- развитие инклюзивного туризма для людей с инвалидностью и физически ослабленных лиц, а также их информационное сопровождение [9, с. 13, 14; 10, с. 337–339];
- увеличение подготовки численности специалистов (менеджеров-экономистов) со знанием иностранных языков, включая европейские и азиатские языки, для развития туризма в регионах страны;
- поддержание соответствия цены и качества сервиса, лечебных процедур и медицинских услуг в здравницах страны;
- сокращение сроков разрешения споров с туристами о возврате денежных средств при неисполнении договора оказания туристических услуг;
- введение сертификации «Гарантия происхождения» на местные продовольственные продукты питания, включая продукты органического земледелия и животноводства;
- совершенствование регулирования развития форм регионального сельского туризма с учетом зарубежного опыта;
- развитие государственно-частного партнерства для организации массовых событийных мероприятий, включая проведение музыкальных фестивалей, спортивных соревнований, гастрономического туризма, международных выставок и др.

Список использованных источников

1. Навстречу «зеленой» экономике: путь к устойчивому развитию и искоренению бедности: обобщающий доклад для представителей властных структур [Электронный ресурс] // Программа ООН по

- окружающей среде. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/development/sustainable/ger_synthesis.pdf. – Дата доступа: 24.07.2022.
2. Местное предпринимательство и экономическое развитие // Программа развития Организации Объединенных Наций. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.by.undp.org/content/belarus/ru/home/operations/projects/poverty_reduction/LED. – Дата доступа: 24.07.2022.
 3. Давыденко, Л. Н. Синергия экономических знаний: научная школа профессора Л. Н. Давыденко / Л. Н. Давыденко. – Минск : ИВЦ Минфина, 2021. – С. 299–324.
 4. Мишулина, С. И. Механизмы согласования интересов природопользователей в ходе реализации инвестиционных проектов в регионах туристской специализации / С. И. Мишулина // Туризм: право и экономика. – 2017. – № 1. – С. 12–16.
 5. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=c22100710&q_id. – Дата доступа: 24.07.2022.
 6. Давыденко, Л. Н. Мировая практика поддержки органического сельского хозяйства на основе внедрения дополнительных форм сертификации органической продукции / Л. Н. Давыденко, Н. В. Пашкевич // Аграрная экономика. – 2020. – № 2. – С. 47–53.
 7. Сачек, П. В Развитие агроэкотуризма как важное направление построения зеленой экономики в Республике Беларусь / П. В. Сачек // Агроэкотуризм – 2020: новые поколения – новые тренды : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11 дек. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.), В. А. Клицунова, А. Н. Решетникова. – Минск : БГУ, 2020. – С. 101–103.
 8. Давыденко, Л. Н. 2014. Институционализация рынка природных ресурсов / Л. Н. Давыденко. – Минск : ИВЦ Минфина, 2014. – С. 66–68.
 9. Портной, М. П. Инклюзивный туризм: особенности и проблемы развития / М. П. Портной // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы первой междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2021 г. – Минск : А. Н. Вараксин, 2021. – С. 7–14.
 10. Барысенка-Клепач, Н. М. Роля нацыянальнай турыстычнай адміністрацыі у развіцці інклюзіўнага турызму / Н. М. Барысенка-Клепач // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы первой междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2021 г. – Минск : А. Н. Вараксин, 2021. – С. 337–339.

Еловая Е. М.,
аспирант государственного научного учреждения
«Институт экономики НАН Беларуси»

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИМЕРЫ ГЕОБРЕНДИНГА: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Для развития, укрепления туристического потенциала, повышения доверия среди местных жителей и других заинтересованных лиц, повышения узнаваемости и позиционирования на внутреннем и зарубежном рынках многие регионы, небольшие по размеру, в том числе и малые города, создают бренд территории.

Опыт как отечественных, так и зарубежных стран показывает успешные проекты в области брендинга.

В рамках исследования было проанализировано формирование брендов территорий двух видов. С одной стороны, анализировался опыт создания брендов малых городов, неизвестных или мало известных ранее в туристической сфере, не пользующихся туристическим спросом и с малобюджетным финансированием (г. Добрянка, г. Мышкин). С другой стороны, анализировался опыт создания брендов белорусских территорий (малых городов, населенных пунктов и территорий), известных ранее в туристической сфере, пользующихся спросом, имеющих высокие затраты на разработку концепции бренда (г. Браслав, г. Миоры, г. Полоцк, г. Каменец, г. Пружаны, г. Мядель с озером Нарочь, г. Мстиславль, Августовский канал).

По данным исследования установлено, что в большинстве случаев при создании брендов малых отечественных и зарубежных городов использовалась технология краудсорсинга, реже краудфандинга и финансирования из местного бюджета, а также проектной (грантовой) помощи.

Сейчас невозможно игнорировать значение краудсорсинга и краудфандинга, как мощных факторов социально-экономического развития территории и инструмента контроля принятых местной властью решений.

По данным исследования установлено, что в большинстве случаев при создании и развитии туристических территорий использовалась технология краудсорсинга (например, бренды малых городов Мышкин, Добрянка, Пенза и др.), реже краудфандинга (например, проект фестиваля истории и культуры «Ulmus» к 1000-летию г. Бреста, проект восстановления улиц Кляшторной и Замковой в г. Гродно, проект «Москва, которой нет» и др.) и финансирования из местного бюджета, а также грантовой помощи (проект ПРООН в Беларуси «Местное предпринимательство и экономическое

развитие», проект ЕС «МОСТ как пилотная эко-бизнес-модель для местного и регионального экономического роста», проект ЕС «Ландшафтно-ориентированное развитие сельских территорий долины реки Ясельда при участии местного населения» и др.).

Действующее законодательство не содержит определения понятия краудсорсинга и краудфандинга. В Указе Президента Республики Беларусь от 15 сентября 2021 г. от № 348 «О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы» отмечается лишь следующее:

- информационное взаимодействие субъектов национальной инновационной системы в электронной форме;
- организация разработки и реализации в регионах республики комплексных проектов, направленных на стимулирование взаимодействия и системной интеграции субъектов хозяйствования в сферах науки, образования и производства, в том числе на основе кластерной модели развития [1].

Впервые термин «краудсорсинг» появился в 2006 г. в статье писателя Джеффа Хауи «Расцвет краудсорсинга» в журнале «Wired», рассказывающей о сайте IStockPhoto, позволяющем находить фотографии, которые стоят намного дешевле, чем стандартные заказы у профессиональных фотографов [2].

Далее в книге «Краудсорсинг: Коллективный разум – будущее бизнеса», по мнению автора данного термина Дж. Хау, – это «разделение определенных функций компании среди большого количества людей в форме открытого запроса» [3].

Краудсорсинг (от англ. *crowd* – «толпа» и *sourcing* – «использование ресурсов») – механизм, с помощью которого талант и знания находят применение там, где они востребованы. Такие сообщества сложно строить и удерживать. Это требует от менеджеров поиска путей, отличных от стандартного бизнес-протокола. Взамен регулярной зарплаты людям необходимо чувствовать, что они являются собственниками своего контента [3].

Считается, что термин «краудфандинг» появился одновременно с термином «краудсорсинг», и его автором также является Джефф Хауи. Так, автор рассматривал краудфандинг как частный случай краудсорсинга.

Краудфандинг (от англ. *crowdfunding*, *crowd* – «толпа», *funding* – «финансирование») – это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов) [3].

Хотя краудсорсинг может включать в себя объединение группы людей, которые планируют инвестировать в проект, финансы не являются его единственным направлением. В этом основное отличие краудфандинга от краудсорсинга. Краудфандинг полностью сосредоточен на получении финансовой выгоды от

группы людей для создания бизнеса, в то время как краудсорсинг фокусируется на получении идей, знаний, продуктов или услуг от группы людей.

Далее в таблице будут представлены примеры на основе отечественного и зарубежного опыта применения эффективного геобрендинга.

Примеры из отечественного и зарубежного опыта создания брендов городов

Геолокация	Бренд	Слоган	Концепция бренда	Инициатор бренда	Разработчик бренда	Источник финансирования	Технологии создания
г. Добрянка, Пермский край, Российская Федерация	Столица доброты	Добрянка – столица доброты	Главный добрый город: небольшой, провинциальный, спокойный, уютный, близкий к природе; столица всех добрых городов и мест Земли	Администрация города, представители различных городских сообществ и активные местные жители	Команда разработчиков консалтингового агентства «City-Branding»	Спонсорская помощь без использования городского бюджета	Краудсорсинг, краудфандинг
г. Мышкин, Ярославская область, Российская Федерация	Мышь-город	Мышкин – город-музей	Концепция «партиципативного музея». Мышкин – это своеобразный город-музей русской провинции, сохранивший старинную застройку купеческого города и особый провинциальный уклад жизни	Администрация города и местные жители	Местная инициатива во главе местным жителем – писателем В. Гречухиным	Пожертвования предпринимателей и горожан. Позже некоторые объекты финансировались за муниципальные средства	Краудсорсинг, музеификация малого города
г. Браслав, Витебская область, Республика Беларусь	Браславские озера	У отдыха есть имя	Изображенный в выразительной и лаконичной форме образ Браславского края с отражением особенностей природного ландшафта, географического положения, идеи преемственности культурных и исторических традиций, гостеприимства и открытости	Браславский районный исполнительный комитет	Местный житель М. Стравицкий	Финансирование из бюджета Браславского районного исполнительного комитета	Краудсорсинг

г. Миоры, Витебская область, Республика Беларусь	Миорский край / Міёрскі край	Миорский край. Удивление рядом / Міёрскі край. Зdziўленне побач	Миорский район – локальная экзотика	Объединение неправительственных сельских организаций «Латвийский сельский форум», белорусская природоохранная негосударственная некоммерческая общественная организация «Ахова птушак Бацькаўшчыны», Миорский районный исполнительный комитет	Креативное агентство ООО «Молоко Криэйтив»	Финансируется ЕС в рамках международного проекта «Вместе для сообщества и природы: упрочение процесса развития в Миорском районе через партнерство местной власти и гражданского общества»	Коммерческий заказ на создание проекта бренда, выполненный согласно требованиям заказчика
г. Полоцк, Брестская область, Республика Беларусь	Полоцк // Гордимся городом	Дзёпачынае краіна	Независимый и сильный, наполненный невероятной энергией и особенной космополитичной атмосферой старейший белорусский город	Проект международной технической помощи ЕС ENPI/2015/365-203 «Поддержка устойчивого развития туризма в Беларуси» при участии представителей Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь, ГУ	Разработчик бренда: European Profiles S. A. (Греция) в консорциуме с Archidata S. R.L (Италия), European Projects Management Ltd (Латвия), Vokrug Sveta Ltd (Беларусь) при участии коммерческих организаций	Финансируется ЕС в рамках международного проекта технической помощи ЕС ENPI/2015/365-203 «Поддержка устойчивого развития туризма в Беларуси»	Коммерческий заказ на создание проекта бренда, выполненный согласно требованиям заказчика
г. Каменец и г. Пружаны, Брестская область, Республика Беларусь	Каменец-Пружаны // Открой богатство природы	Дом прыроды	Не испорченный, увлекательный, наполненный энергией, интригующий	«Национальное агентство по туризму», администрации местных районных исполнительных комитетов, 30 зарубежных и отечественных экспертов, более 500 участников из представителей туристического бизнеса, маркетинга и пр.			
г. Мядель и озеро Нарочь, Минская область, Республика Беларусь	Мядель // Ощутить Нарочь	Крыніца здароўя	Безмятежность, расслабление, омоложение, тонизирует				
г. Мстиславль, Могилевская область, Республика Беларусь	Мстиславль // По следам истории	Жывая гісторыя	История, умиротворение, притягательный, впечатляющий				

Августовский канал, Гродненская область, Республика Беларусь	Августовский канал // Наслаждайтесь!	Беларускае памежжа	Новаторство, интрига, приключение, головокружительный				

Далее будут описаны промежуточные результаты реализации брендинга городов и территорий, рассмотренных в таблице.

Анализ формирования бренда г. Добрянка.

В настоящее время бренд г. Добрянка является самым успешным проектом создания бренда малого города Пермской области с применением технологий краудсорсинга

За период 2012–2016 гг. в городе удалось реализовать более 30 проектов, направленных на развитие бренда, и привлечь более 3 млн руб. на их воплощение за счет пожертвований предпринимателей и горожан, а также за счет грантов Фонда президентских грантов, Министерства культуры Пермского края, благотворительного фонда Геннадия и Елены Тимченко, ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ». В 2014 г. в Добрянке был реализован проект-победитель конкурса «Культурная мозаика малых городов и сел» – «Фестиваль сладостей в столице доброты». Министерство культуры Пермского края в рамках ежегодного конкурса «Пермский край – территория культуры» присвоило г. Добрянку в 2019 г. звание «Центр культуры» и грант в размере 7 млн руб. [4].

Анализ формирования бренда г. Мышкин.

Один из самых ярких примеров среди городов, создавших и продвигающих собственный бренд.

С 1991 г. г. Мышкин приобрел популярность благодаря единственному в мире музею Мыши, который является частью целого музейного комплекса «Мышкинский народный музей». В значительной степени этот музей существует за счет энтузиазма горожан, благодаря их идее «народного» или же «партиципативного» музея.

В 1996 г. возникла идея провести в Мышкине первый туристический праздник «Мышь – 1996». Городом заинтересовались туроператоры, и в 1996 г. в г. Мышкин стали прибывать первые теплоходы и автобусы. Тогда туристический поток составил около 6,5 тыс. туристов. А в 2011 г. было принято 160 тыс. гостей [5].

К настоящему времени в г. Мышкин выстроена целая инфраструктура с гостиницами, ресторанами, интерактивами и музеями.

Анализ формирования бренда г. Браслав.

Это один из самых ярких примеров среди белорусских городов, создавших при помощи технологии «краудсорсинг» и продвигающих собственный бренд.

Благодаря объявленному Браславским районным исполнительным комитетом 8 ноября 2012 г. конкурсу творческих работ по созданию туристической эмблемы и слогана Браславского края у города появился собственный бренд [6].

Но стоит отметить, что нет в официальных источниках информации об эффективности бренда, а также страниц и групп в социальных сетях, блогов, отдельных сайтов, связанных с туристическим брендом и продвигающих его. Существует лишь отдельная страница на официальном сайте Браславского районного исполнительного комитета.

Анализ формирования бренда г. Миоры.

Это один из самых ярких примеров среди белорусских городов, создавших при помощи проекта объединения неправительственных сельских организаций «Латвийский сельский форум», белорусской природоохранной негосударственной некоммерческой общественной организации «Ахова птушак Бацькаўшчыны», Миорского районного исполнительного комитета.

В рамках срока реализации проекта с 1 мая 2019 г. по 30 апреля 2022 г. исполнитель – креативное агентство «Молоко» – выполнило работы по разработке концепции бренда и его позиционированию, созданию фирменного стиля с атрибутами местности, которые могут трансформироваться в визуальную коммуникацию и в знаковую форму [7].

Анализ формирования брендов г. Полоцк, г. Каменец, г. Пружаны, г. Мядель с озером Нарочь, г. Мстиславль, Августовский канал.

Другим успешным примером создания брендов белорусских регионов послужил ряд созданных в рамках проекта международной технической помощи ЕС ENPI/2015/365-203 «Поддержка устойчивого развития туризма в Беларуси» при участии представителей Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь, ГУ «Национальное агентство по туризму», администрации местных районных исполнительных комитетов, 30 зарубежных и отечественных экспертов, более 500 участников из представителей туристического бизнеса, маркетинга и пр. [8].

Проводился анализ ситуации по всем четырем туристическим направлениям, на основании которого были разработаны конкретные рекомендации. Местные предприниматели и владельцы туристических объектов смогли получить финансовую и практическую помощь.

Планируется, что по итогам реализации проекта количество белорусских и иностранных туристов во всех четырех регионах вырастет на 20 %. Этот опыт смогут широко использовать представители белорусской туристической отрасли.

Как итог, стоит отметить, что привлекательный туристический бренд является важной предпосылкой успешного привлечения инвестиций на террито-

рию, расширения экспорта, повышения ее туристического потенциала, а также укрепления ее производственной, научной или иной идентичности. Такие бренды оказывают сильную поддержку региональным властям и производителям, в том числе помогая формировать туристические и производственные кластеры, привлекать высококвалифицированных специалистов и инвесторов.

Список использованных источников

1. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : [Указ № 348 от 15 сент. 2021 г.] : офиц. текст по состоянию на 12 июля 2022 г. // Портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/ukaz-no-348-ot-15-sentyabrya-2021-g>. – Дата доступа: 12.07.2022.
2. Howe, J. The rise of crowdsourcing [Electronic resource] / J. Howe // Wired magazine. – 2006. – Vol. 14, no. 6. – P. 1–4. – Mode of access: <https://disco.ethz.ch/courses/fs10/seminar/paper/michael-8.pdf>. – Date of access: 12.07.2022.
3. Хау, Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум – будущее бизнеса / Дж. Хау. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
4. Министерство культуры Пермского края выделит 7 млн рублей на развитие бренда «Добрянка – столица доброты» [Электронный ресурс] // Портал cultmosaic.ru. – Режим доступа: <https://cultmosaic.ru/press-center/participants/ministerstvo-kultury-permskogo-kрая-vydelit-7-mln-rublej-na-razvitie-brenda-dobryanka-stolitsa-dobr/>. – Дата доступа: 13.07.2022.
5. Туристический Мышкин: история и современность [Электронный ресурс] // Портал tourister.ru. – Режим доступа: https://www.tourister.ru/responses/id_28984. – Дата доступа: 13.07.2022.
6. У Браславских озер появился туристический бренд – Браславские озера: у отдыха есть имя [Электронный ресурс] // Портал kraj.by. – Режим доступа: <https://kraj.by/braslav/news/sobitiya/u-braslavskih-ozер-poyavilsya-turisticheskij-brend-braslavskie-ozera-u-otdiha-est-imya>. – Дата доступа: 13.07.2022.
7. Туристический бренд Миорского района [Электронный ресурс] // Сайт креативного агентства «Молоко». – Режим доступа: <https://mlk.by/work/identity/turisticheskij-brend-miorskogo-raјona/>. – Дата доступа: 13.07.2022.
8. Пять туристических областей страны получили свои бренды. На очереди – вся Беларусь! [Электронный ресурс] // Портал planetabelarus.by. – Режим доступа: https://planetabelarus.by/publications/pyat-turisticheskikh-oblastey-strany-poluchili-svoi-brendy-na-ocheredi-vsya-belarus/?sphrase_id=89859. – Дата доступа: 13.07.2022.

Жук М. С.,
студентка факультета естествознания учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

Волынчиц А. Л.,
магистрантка факультета естествознания учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

Пасевич М. С.,
магистрантка факультета естествознания учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ НАУЧНОГО ПРОЕКТА «ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО ЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ»

В последнее время со стороны государства актуализируются проблемы реализации целей устойчивого развития. Одной из таковых для Республики Беларусь является «Цель 11. Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и устойчивости городов и населенных пунктов». В настоящее время в городах Беларуси, занимающих площадь менее 1 % территории страны, проживает около 77 % населения, и его доля постепенно возрастает.

Одним из элементов устойчивого развития города является обеспечение не только комфортной повседневной жизни, но и возможностей организации качественного отдыха непосредственно в условиях городской среды.

Постоянно возрастающий интерес в современных условиях к посещению городов, а также иной взгляд на саму сущность города дал возможность выделения новой формы путешествия – городского туризма.

Городской туризм – это прекрасная среда для знающих, требовательных путешественников. А город, в свою очередь, должен быть современным, удобным для туристов, но при этом очень важно сохранить местный колорит. В то же время следует отметить, что для городского туризма характерно развитие, в первую очередь, культурно-исторического, событийного, гастрономического и других видов туризма. Следует подчеркнуть, что в условиях современной Беларуси крайне недостаточно уделяется внимания развитию экологического туризма в условиях городской среды, что является важной составляющей устойчивого развития современного города.

Экотуристическую деятельность чаще всего связывают с определенной формой туризма в относительно нетронутые уголки природы с целью сохранения живой природы, повышения экологической культуры туристов и содействия развитию местного населения при минимальном негативном воздействии на окружающую среду. Однако данное определение справедливо лишь при организации экотуристической деятельности в естественных природных условиях. Как уже отмечалось, основная часть населения Беларуси проживает в городских населенных пунктах. Таким образом, значительную актуальность приобретают исследования, направленные на формирование понятия и развитие городского экотуризма, который позволяет изучать и содействовать сохранению природных и природно-антропогенных геосистем, существующих в условиях городской среды, экологическому образованию и просвещению как туристов, так и местного городского населения.

Городской экотуризм является новым, в недостаточной мере проработанным направлением в туристской сфере. Пионером в применении принципов экотуризма и устойчивого развития в городе была Ассоциация Зеленого Туризма Торонто (Канада). В настоящее время проекты развития городского экотуризма широко рассматриваются во многих городах мира. Данное направление характеризуется огромным потенциалом для экономического роста городов при содействии улучшению местного качества жизни, восстановлению и охране окружающей среды. Необходимо отметить, что развитие экологического туризма в городе способствует не только улучшению качества его среды и экологизации туристской сферы, но и экологическому обучению и воспитанию местного населения, что подчеркивается многими исследователями. Кроме того, города играют огромную роль в экологическом просвещении туристов и формировании их экологической культуры, необходимых для проведения экотуров в пределах сельских и особо охраняемых природных территорий.

Анализ литературных источников [1–4] показал, что в настоящее время данному направлению деятельности уделяется недостаточно внимания в русскоязычном пространстве как с позиций формирования научных основ понятия «экологический городской туризм» и вопросов его развития, так и со стороны практического развития данного вида туристической деятельности. Публикации, посвященные городскому экотуризму, чаще всего встречаются в англоязычной литературе [3, 4]. Также в англоязычном сегменте сети Интернет можно найти достаточное количество примеров развития экотуристической деятельности на примере конкретных городов.

В целом внедрение и развитие экотуристической деятельности в пределах городской черты имеет значительные перспективы, во многом обусловленные современными тенденциями развития городов:

- увеличением обеспокоенности городских жителей качеством окружающей среды;
- быстрым ростом населения в городах;
- постоянно изменяющимся образом жизни;
- увеличением доступа к новым технологиям, которые увеличивают мобильность и обмен информацией и др.

Данные перспективы подчеркиваются во многих научных исследованиях.

В то же время литературные источники указывают на то, что при выполнении подобных работ большую роль должны играть современные информационные технологии, в частности веб-платформы, которые представляют собой сочетание весьма разнообразных программных продуктов и могут быть использованы во многих направлениях.

Научная идея проекта состоит в интеграции на основе геоинформационных технологий сложной разноплановой (экологической, социальной, экономической и др.) информации для совокупности природных и природно-антропогенных геосистем города, а также культурно-исторических объектов, образующих сложную пространственно-организованную инфраструктуру, которая поддерживает экологическую стабильность территории, предотвращая потерю биоразнообразия и деградацию ландшафта, а также обеспечивает высокий уровень комфортности жизни городского населения.

Реализация идеи проекта заключалась в разработке серии геоинформационных продуктов, показывающих возможность развития городского экотуризма в трех пилотных городах Брестской области:

- 1) Брест (областной центр, крупный город Беларуси, численность населения более 340 000 человек, площадь территории 146,12 км²);
- 2) Кобрин (районный центр, средний город Беларуси, численность населения более 52 000 человек, площадь территории 31,6 км²);
- 3) Столин (районный центр, малый город Беларуси, численность населения более 13 000 человек, площадь территории 8,35 км²).

Таким образом, для территории данных пилотных городов Брестской области производится сбор, обработка, систематизация и анализ разнородных пространственных данных, характеризующих современное состояние природных и природно-антропогенных геосистем, а также анализ социальной и экологической сред городов.

Цель работы – разработать проект развития городского экотуризма в Республике Беларусь с использованием облачных технологий картографирования на примере разных типов городов (по административному статусу, численности и плотности населения).

Для достижения цели предполагалось решить следующие задачи:

- разработать концепцию применения облачных технологий для целей развития городского экотуризма на примере разных типов городов (крупного, среднего, малого по численности населения);
- выполнить инвентаризацию туристско-рекреационных ресурсов пилотных городов (Бреста, Кобрина, Столина) с применением облачной платформы картографирования;
- подготовить серии геоинформационных веб-продуктов, предназначенных для сопровождения экотуристической деятельности в городах;
- представить алгоритмы реализации картографических веб-приложений, выполненные в виде интерактивных и видеоуроков;
- создать информационный геопортал «Перспективы развития городского экотуризма в Беларуси», который будет объединять весь разработанный и накопленный в результате выполнения проекта материал.

Реализация проекта включала четыре базовых этапа исследований.

Первый этап: «Разработка концепции применения облачных технологий для целей развития городского экотуризма в Республике Беларусь».

Данный этап включал:

- 1) определение степени изученности научно-практической проблемы;
- 2) сбор данных при помощи анализа литературных источников, проведения социологических исследований, через составление перечня ссылок на научные разработки и публикации, нормативные правовые акты.

Второй этап: «Инвентаризация и веб-картографирование эколого-туристических ресурсов».

Этап предполагал создание интерактивных картографических баз данных и веб-приложений эколого-туристических ресурсов (природных, экологических, культурных и др.) в пилотных городах. Сбор материалов осуществлялся на основании литературных и интернет-источников, данных государственных учреждений, а также собственных полевых исследований.

Третий этап: «Разработка серии картографических веб-приложений для развития городского экотуризма в пилотных городах и алгоритмов их реализации».

Создание разных типов веб-продуктов (виртуальных экскурсий, интерактивных паспортов, краудсорсных сервисов и др.), которое направлено на расширение практической значимости выполненной работы, популяризацию и развитие городского экотуризма в пилотных городах.

Алгоритмы реализации картографических веб-приложений реализованы в виде интерактивных и видеоуроков. Основная задача их создания – возможность выполнения подобной работы другими исследователями для любых городских территорий.

Четвертый этап: «Разработка геопортала “Перспективы развития городского экотуризма в Беларуси”».

Реализованный геопортал объединяет весь разработанный и накопленный в результате выполненной работы материал (методические разработки, выполненные веб-продукты, алгоритмы создания веб-продуктов в виде интерактивных и видеороликов и др.).

Также при выполнении исследования проходили полевые работы, направленные на изучение, описание, фотографирование и определение геолокализации природных, природно-антропогенных и историко-культурных объектов городов, которые можно использовать для развития эколого-туристической деятельности на локальных модельных территориях (г. Брест, г. Кобрин, г. Столин и их окрестности).

Для создания базы данных и веб-приложений использовалась облачная инфраструктура ArcGIS Online, что дает доступ к уже развернутому и готовому к использованию частному защищенному экземпляру ГИС-инфраструктуры в облаке (для организаций, т. е. лицензионных аккаунтов). Установка дополнительного аппаратного и программного обеспечения не требуется. Личный аккаунт ArcGIS Online позволяет создавать, хранить и управлять веб-картами, приложениями и другими пространственными данными. Они могут быть доступны только определенной организации или открыты для всеобщего просмотра.

Таким образом, выполнение данной разработки представляет значительную актуальность в силу нескольких основных причин:

- 1) развитие и продвижение идей городского экотуризма – достаточно новое, весьма перспективное направление научных и прикладных исследований в Республике Беларусь;

- 2) в ряде зарубежных стран накоплен значительный опыт организации городского экотуризма, который может быть распространен в Беларуси, однако для этого требуется выработка адаптационных механизмов, возможностей овладения данной информацией всеми заинтересованными лицами;

- 3) использование геоинформационных облачных технологий для развития городского экотуризма позволит упростить организационные вопросы, а также увеличит возможность распространения полученных материалов путем создания виртуальных экскурсий, интерактивных каталогов и др.;

- 4) существует необходимость расширения не только практической, но и научной заинтересованности в развитии городского экотуризма в стране, а также свободного распространения существующей и новой информации.

Результаты реализации проекта могут быть использованы:

- в деятельности органов государственного управления при разработке территориальных комплексных схем городской среды, а также планировке городской территории с учетом ее экологических особенностей, развития маршрутов городского экотуризма;

– для информирования государственных и общественных организаций о состоянии городской среды пилотных городов, перспективах развития городского экотуризма;

– для улучшения осведомленности жителей пилотных городов о состоянии природных и природно-антропогенных геосистем в городе, их особенностях и возможностях использования в туристической деятельности;

– созданные веб-продукты могут быть использованы для предоставления разносторонних информационных услуг пользователям, а также для создания других веб-продуктов (например, для отдельных городских микрорайонов либо узкоспециализированных);

– в деятельности учреждений образования при изучении курсов природоохранной и туристической направленности, ГИС-технологий, а также при выполнении научно-исследовательских работ.

Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь (студенческий грант на 2022 г., № Г/Р 20220472).

Список использованных источников

1. Мишечкин, Г. В. Экологический туризм на урбанизированных территориях / Г. В. Мишечкин, С. Н. Голубничая // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – Т. 11. – № 7 (77). – С. 85–98.
2. Панов, Е. В. Проблемы развития экологического туризма в городе Красноярске и пути их решения / Е. В. Панов // Дискурс. – 2017. – № 12. – С. 66–71.
3. Ecotourism in the city? Toronto's Green Tourism Association / A. Gibson [et al.] // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2003. – Vol. 15. – Iss. 6. – P. 324–327.
4. Kastelein, B. Urban Ecotourism: Impossible Conundrum? / B. Kastelein, T. Buckley // Business Mexico. – 2004. – № 14. – P. 37–42.

Матусевич Е. Н.,
аспирант учреждения образования
«Мозырский государственный педагогический университет
имени И. П. Шамякина»

МОЖЕТ ЛИ СТАТЬ АУДИОГИД ДУШОЙ ЭКСКУРСИИ?

Туристический дискурс, как и любой другой вид институционального дискурса, представляет собой сложное полижанровое образование. В настоящее время актуальны такие виды туризма, как деловой (участие в бизнес-форумах, выставках, ярмарках с целью налаживания контактов), учебный (изучение иностранных языков, художественные курсы, «летние школы» разных направлений), шоп-туризм (совмещение традиционной программы с покупкой определенных товаров), спортивный, экстремальный, исторический, паломнический, литературный, гастрономический и многие другие, обусловленные профессиональными интересами, хобби, модой и т. д. [1]

Цели коммуникации в пределах любого из перечисленных подвидов туристического дискурса связаны с конструированием познавательной и поведенческой стратегий туристов в контакте с иным социокультурным пространством, одним из представителей которого выступает переводчик. Практически во всех указанных видах туризма одним из участников является переводчик, будь то письменные или устные жанры туристической коммуникации, хотя во многих научных работах по туристическому дискурсу роль переводчика не учитывается даже на уровне описания дискурсивно-образующих признаков. М. В. Филатова в своих работах предлагает следующие параметры, характеризующие туристический дискурс: 1) участники: продавец (туроператор) – клиент; экскурсовод – экскурсант; составитель текста – получатель текста; 2) место: офис, туристический автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство; 3) цели: получение прибыли – получение экскурсионно-туристической услуги; 4) ключевой концепт: путешествие; 5) стратегии: стратегия позитива; 6) материал: большой набор тем, среди которых страноведческая и историческая информация, временная организация тура, гостиничный бизнес, транспорт, обеспечение безопасности, питание и проч.; 7) разновидности и жанры: в зависимости от канала передачи информации можно выделить устную и письменную разновидности туристического дискурса; письменная разновидность включает в себя печатные тексты и компьютерно-опосредованную коммуникацию, устная разновидность делится на непосредственную и опосредованную.

Принимая во внимание исследовательские задачи М. В. Филатовой, далекие от анализа смежного характера переводческого дискурса в парадигме

институциональных дискурсов, все же представляется логичным и вполне обоснованным включить в параметр «участники» еще одного актанта – переводчика, так как его роль очевидна и значима для успешной реализации целей коммуникации туристов. Изучая жанры туристического дискурса в ситуации межкультурного общения и соответствующее их задачам функционально-коммуникативное поведение переводчика, мы видим, что в жанрово-типологической классификации туристического дискурса используется подход М. В. Филатовой, которая выделяет следующие жанры.

Жанры устной коммуникации:

- экскурсия (гид – переводчик/экскурсовод, переводчик – туристы);
- общение официальных служб туристических услуг (офисный или внеофисный диалог между представителем турфирмы и клиентом с прямым участием переводчика);
- общение с представителем принимающей стороны (между клиентом/сопровождающим группы и служащим гостиницы/шофером экскурсионного автобуса с прямым участием переводчика);
- общение между туроператором и контрагентом (бронирование гостиниц, авиабилетов и т. п. с прямым участием переводчика);
- речевое взаимодействие в особых обстоятельствах (переговоры с консульством с прямым участием переводчика);
- видеопутеводитель – обзорно-географический документальный фильм, аудиогид;
- веб-страница туристического бюро (локализация сайта);
- электронное письмо клиента в туристическое бюро;
- электронная переписка служащих туристической сферы (письменный перевод печатных текстов).

Участие переводчика в вышеперечисленных жанрах туристического дискурса обусловлено необходимостью языкового посредничества в случае незнания/недостаточного владения иностранным языком потенциальных туристов. Социокультурная прагматика коммуникативного действия переводчика зависит от множества факторов институционального контекста. Ритуализованный характер общения в рамках туристического дискурса, реализованный в конвенциональной программе коммуникативной ситуации, обуславливает огромную роль соответствующей компетенции переводчика и диктует выбор переводческих стратегий и средств.

Аудиогид является своеобразным личным электронным экскурсоводом, который находится под управлением пользователя. Еще большей популярностью сейчас пользуются гиды, которые можно скачать прямо на смартфон. Они могут содержать доступные для просмотра интерактивные карты, функцию поиска, а также дополнительную текстографическую информацию. Некоторые аудиогиды

воспроизводят определенный фрагмент записи, автоматически считывая местоположение слушателя или заинтересовавший его объект. По сравнению с экскурсоводом, аудиогид обладает несколькими очевидными преимуществами: 1) аудиогид доступен людям с ограниченными возможностями (например, с нарушениями слуха или зрения); 2) аудиогид доступен иностранным туристам, которые не владеют языком посещаемой страны (многие аудиогиды имеют функцию выбора языка); 3) аудиогид позволяет людям осматривать интересующие их объекты индивидуально, не завися от экскурсовода или группы. С лингвистической точки зрения аудиогид можно считать жанром туристического дискурса, который понимается как «коммуникативная модель текста, включающая прагматическую функцию и конструктивное построение текста; модель, которая может воплощаться в некотором множестве конкретных речевых произведений». Таким образом, аудиогид представляет собой устную разновидность опосредованного общения [3].

Понятию «туристический дискурс» посвящено большое количество исследований ученых. В филологии научные исследования интересуют особенности устных и письменных жанров туристического дискурса, стратегии и тактики данной области коммуникации, лексические и стилистические тонкости языка туризма [5]. Туристический дискурс определяется как «самостоятельный дискурсивный тип, который ориентирован на определенную аудиторию, имеет особенную тематическую ориентацию, языковую специфику, уникальные цели и свою жанровую парадигму» [6]. Стоит отметить, что в лингвистической литературе лишь незначительное количество работ посвящено исследованию аудиогидов как относительно молодого подвида туристического дискурса. Таким образом, методологической базой данного исследования послужили научно-теоретические положения, разработанные в трудах Т. В. Аникиной, С. Г. Баричева, Е. А. Барсуковой, В. А. Быковой, А. Г. Гусейновой, С. С. Примак, Л. В. Ташеновой, Д. Г. Мамраевой, Т. А. Янсон [4].

Некоторые маркетологи однозначно на стороне аудиогидов. Но это только с точки зрения продаж. Но туризм – это не только бизнес. Из текста ниже становится понятно, на что ставят акценты те, кто заинтересован в том, чтобы аудиогиды приобретали в больших количествах. «Аудиогид – это программа, мобильное приложение, которое можно скачать на свой смартфон и в нужный момент активировать. Это живая аудиоэкскурсия, отличная альтернатива экскурсий с настоящим гидом, который, к слову, на порядок дороже. Это ваш личный гид в кармане, который на понятном вам языке рассказывает о достопримечательностях того или иного туристического объекта, ваш мультимедийный путеводитель в любой стране мира.

Можно скачать аудиогид на iPhone и наслаждаться поездкой, есть аудиогид для Андроид. То есть загрузите мобильное приложение на свой смартфон и гуляйте с ним по городу. Такой путеводитель составит вам отличную ком-

панию, не даст заблудиться в незнакомом месте, расскажет, куда направиться и что там посмотреть. Программа содержит фонограмму, записанную профессиональными экскурсоводами, краеведами о достопримечательностях, легендах города, музея и т. д. Может иметь карту местности и направлять вас, подобно GPS-навигатору, по определенному маршруту. Может быть и удобнее, если у вас есть пара свободных рук и глаз. Но чаще всего бумажный путеводитель вы полистаете в гостинице или накануне поездки, а на улицах неизвестного города вряд ли будете идти, устремив взгляд в книгу, вместо того чтобы любоваться красотами вокруг. Аудиогид проведет вас по маршруту, расскажет интересные истории, остановится тогда, когда это нужно именно вам, а еще подскажет уютное место, где можно насладиться фирменными блюдами местной кухни».

Но стоит учитывать следующие ситуации и обстоятельства. Опыт работы белорусских групп за рубежом показывает тот факт, что наш подход к туризму сохраняется и за границей – приглашаем экскурсоводов. В музеях посетители с удовольствием присоединяются к таким группам – с настоящим экскурсоводом. Аудиогид рассчитан на среднестатистического туриста, скорее безликого и малоинтересующегося, так как информация подбирается с учетом временного ограничения на каждый объект экскурсии. Работа же живого экскурсовода подразумевает вариативность составления структуры предложения относительно возраста и происхождения туриста. Немаловажную роль играет обратная связь, когда именно речь экскурсовода и ее содержание позволяют экскурсантам задействовать свое мышление и воображение. Понять это возможно благодаря тем вопросам, которые они задают во время экскурсии и после ее.

К примеру, в музеях города Стамбула с трудом можно встретить экскурсовода, только охрана. После огромного количества экскурсоводов в нашей стране полное их отсутствие настораживает и пугает – ведь роботы-аудиогиды полностью выжили профессию в мегаполисе при такой безработице и экономической напряженности, которая там есть. В целом большая часть музеев не особо посещаемы, связать это можно в том числе и с отсутствием специалистов в храмах искусства и истории. Бездушная говорилка никогда не заменит человеческое общение. Ведь из жизненного опыта мы можем сказать, что коммуникация посредством написания текста не достигает тех целей, которые достигаются аудиообщением, и ни с чем не сравнится живое общение.

Таким образом, в попытке всего мира перейти на систему аудиогидов мы видим потерю основной цели туризма – познавательной. Музей экономит на содержании экскурсоводов, приобретая аудиогиды, получает прибыль, не задумываясь об результативности процесса изучения информации, так как робот не даст информации руководству музея, что понравилось, а что нет. В данном

случае мы можем гордиться: у нас неравнодушные экскурсоводы даже в небольших школьных музеях, которые, помимо текста экскурсии, могут рассказать что-то поистине бесценное. К примеру, в школьном музее г. Червеня рассказывают не просто о выпускнике Олеге Новицком, а о жителе этого города, встречах со школьниками, об его отношении к людям и близким. Никакой самый лучший аудиогид не воспроизведет блеска в глазах экскурсовода, который прожил эти моменты.

Список использованных источников

1. Митягина, В. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе / В. Митягина // Иностранные языки в высшей школе : науч. журн. – 2009. – Вып. 4 (11). – С. 88–97.
2. Ананьева, Т. Основные направления подготовки кадров для сферы туризма / Т. Ананьева // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – М., 2012. – С. 41–45.
3. Филатова, Н. Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония / Н. Филатова // Вестник МГОУ. – Сер.: Лингвистика. – 2012. – № 3. – С. 76–83.
4. Янсон, Т. А. Единицы структурирования устного туристического дискурса (терминологический аспект) / Т. А. Янсон // Вестник Тверского гос. ун-та. – Сер.: Филология. – 2019. – С. 251–256.
5. Романова, Л. А. Туристический дискурс как самостоятельный тип дискурса / Л. А. Романова // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. – Пенза, 2021. – С. 150–152.
6. Максимова, Ю. С. Функционирование туристической лексики в дискурсивном пространстве / Ю. С. Максимова // Вестник Ленинград. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. – 2015. – № 4. – Т. 1. – С. 212–220.

Пасевич М. С.,
магистрантка факультета естествознания учреждения образования
«Брестский государственный университет» имени А. С. Пушкина,
методист государственного учреждения образования
«Кобринский центр экологии, туризма и краеведения»

ОПЫТ РАЗРАБОТКИ ИНТЕРАКТИВНЫХ ИСТОРИКО-КРАЕВЕДЧЕСКИХ ЭКСКУРСИЙ ПО УЛИЦАМ ГОРОДА КОБРИНА

Представление об экскурсии на разных этапах развития экскурсионного дела менялось. Как форма передачи знаний экскурсия первоначально была тесно связана с учебным процессом. Еще более сблизили экскурсию и педагогический процесс задачи воспитательного характера. В СССР они были призваны способствовать воспитанию новой личности, которой присущи советский патриотизм, чувство гордости за свою страну. Заимствованная в школьной системе экскурсия со временем стала одной из форм идеологической работы с населением страны. Не осталось незамеченным и сходство экскурсии с прогулкой, увеселительной поездкой и т. п., что позволило интегрировать экскурсии в сферу, связанную с организацией досуга (маршруты выходного дня, теплоходные прогулки и др.). Таким образом, в Малой советской энциклопедии [1] сказано, что «экскурсия – коллективная поездка или поход в достопримечательные места с научной, общеобразовательной или культурно-просветительной целью».

Привлечь больше людей, а также дать толчок развитию городского туризма может создание интерактивных историко-краеведческих экскурсий по улицам города Кобрин как для потенциальных туристов, юных или опытных краеведов, так и для людей, находящихся далеко от данного города, но желающих познакомиться с его интересными объектами, а в сложных эпидемиологических условиях это обретает весьма большую актуальность.

Интерактивная экскурсия – одна из современных и актуальных форм обучения, характеризующаяся интерактивным виртуальным воспроизведением реально существующих объектов для доступного самостоятельного наблюдения, сбора необходимых фактов, решения разнообразных заданий и т. д.

Среди основных преимуществ интерактивных историко-краеведческих экскурсий можно отметить:

- 1) доступность, т. е. возможность проведения экскурсий независимо от времени года, суток, погоды и т. д.;
- 2) возможность многократного просмотра экскурсии и прилагаемой к ней информации, а также возможность выполнения экскурсии не только строго по маршруту, но и по наиболее понравившимся местам либо типам объектов;

3) разработка экскурсионных маршрутов любой протяженности, так как расстояние в данном случае не имеет никакого значения, а используемые картографические подложки позволяют как уменьшать размеры карты, чтобы одновременно увидеть все точки маршрута, так и увеличивать масштаб, что дает возможность подробно рассмотреть каждую точку экскурсии [2].

Также, следует отметить, что организация экскурсионной интерактивной программы может происходить в зависимости от ее назначения: исходя из экспонатов и экспозиций либо отталкиваясь от информационного повода (знаменательной даты или события), а также с учетом целей экскурсии (например, игровая или образовательная).

Интерактивную экскурсию можно отнести к информационным проектам, которые требуют сбора информации, ознакомления с ней, анализа и обобщения фактов, презентации и ее разработки.

Текстовая и графическая информация, а также интерактивная карта составляют основу виртуальной экскурсии. В некоторых случаях может быть уместна аудиоинформация. Видеоинформация может также оживить экскурсию, однако работа с ней сложна и требует наличия специальных технических компонентов.

Интерактивные экскурсии можно создавать с использованием шаблона «Story Map Tour» облачной платформы картографирования ArcGIS Online и с использованием возможностей конструктора картографического веб-шаблона ArcGIS StoryMaps.

Первый шаблон используется для создания карты с поступательным перемещением по различным точкам, которое сопровождается изображениями (или видео), а также текстовой информацией. Каждая «точка экскурсии» имеет географическую привязку. Все объекты в приложении можно группировать по какому-либо признаку с использованием четырех цветов маркеров (голубой, фиолетовый, зеленый, красный). При изучении приложения можно последовательно продвигаться по списку объектов или проходить экскурсию по карте. Также к каждой точке экскурсии с использованием функции гиперссылок можно привязать интернет-страницы, разнообразные задания, дополнительную информацию. Шаблон может использоваться для просмотра в любом веб-браузере на любом устройстве, в том числе на смартфонах и планшетах.

К элементам второго конструктора относятся: 1) текст; 2) кнопки; 3) разделители; 4) веб-карта; 5) тур по карте; 6) боковой блок; 7) изображения; 8) шкала времени и некоторые другие.

Наиболее интересными информационными элементами являются карта и тур по карте. Веб-карты могут быть созданы несколькими путями:

1) экспресс-карты, когда на какой-либо интерактивной карте-подложке были нарисованы (точками, линиями или полигонами) местоположения каких-либо объектов;

2) карты, созданные с помощью конструктора веб-карт и разных типов легенды и др.

«Тур по карте» представляет собой простое картографическое веб-приложение, где происходит объединение набора местоположений (точек) на карте с различными типами информации по данным точкам. «Боковой блок» представляет собой сочетание двух окон: большого (основного) окна, в пределах которого возможно создание веб-карты, вставки другого веб-приложения, изображения, видео, а также малого (дополнительного) окна, где можно писать текст, добавлять изображения, кнопки, веб-карты и др.

Разделители используются для отделения друг от друга как разделов, так и отдельных частей внутри разделов. Также можно использовать кнопки, как визуально значимые инструменты для привязки гиперссылок.

Город Кобрин известен в Беларуси и за ее пределами как центр историко-культурного и познавательного туризма. Этому способствуют расположенные здесь известные для всей Беларуси и за ее пределами объекты, в частности, Спасский монастырь XV в., Свято-Петропавловская церковь XV в., парк и дом А. В. Суворова XVIII в., памятник в честь первой победы русских воинов в 1812 г. и кварталы городской застройки конца XIX в. [3]

Многократное изменение государственной принадлежности города (Киевская Русь, Великое княжество Литовское, Речь Посполитая, Российская империя, Польша, СССР) привело к постоянному переименованию улиц. Город застраивался с востока на запад параллельно Мухавцу. Широкая пойма реки разделяла его на две части. Согласно данным ревизии 1563 г. на левом берегу было 5 улиц, рыночная площадь и ратуша (не сохранилась), на правом – 2 улицы. По состоянию на 2022 г. в Кобрине насчитывается 220 элементов улично-дорожной сети (улиц, переулков, площадей).

Таким образом, для территории Кобрин реализовано несколько типов интерактивных историко-краеведческих экскурсий по улицам:

1. *Ознакомительные экскурсии.* В эту группу можно отнести общеознакомительные экскурсии по улицам населенного пункта. В частности, создана ознакомительная экскурсия для учеников средней школы № 1 (в прошлом гимназия Марии Родзевич) по окрестным улицам школы. Такими улицами стали Советская, Пушкина, Толстого, Ленина, Дзержинского, а также площадь Ленина. Для каждой улицы экскурсии создан фотоколлаж и описание наиболее значимых объектов, которые располагаются на данной улице. Так, например, улица Советская имеет большое количество зданий, являющихся историко-культурными ценностями, а на улице Пушкина размещена мемориальная доска И. А. Заморину. С использованием функции гиперссылки к названиям наиболее значимых объектов привязаны гиперссылки на сайты этих организаций.

Экскурсия «За каждым именем судьба, за каждым именем история» ознакомительная и предназначена для туристов, интересующихся историей. В сценарии экскурсии улицы, названные в честь исторических персон. С использованием функции гиперссылки к именам привязаны гиперссылки на биографии.

2. *Тематические экскурсии.* В настоящее время создана серия тематических экскурсий, связанных с особенностями топонимических названий элементов улично-дорожной сети города. Сценарий экскурсии «Дорогами мужества» разрабатывался на основе двух исследований: изучение особенностей размещения и основных характеристик памятников Великой Отечественной войны города Кобрин и изучение годонимов (названий элементов улично-дорожной сети), связанных с действиями периода Великой Отечественной войны в городе Кобрин. В городе Кобрин насчитывается 23 улицы, связанные с событиями Великой Отечественной войны. Реализована тематическая экскурсия «Улицы-даты». Например, улица 9 Мая – дата, известная, по-моему, каждому, или улица 700-летия Кобрина – дата, имеющая значение для города и его жителей.

3. *Игровые и обучающие экскурсии.* В них для каждой точки экскурсии предлагается пройти какое-нибудь игровое (ребус, кроссворд, задания на соотношение) или другое задание. Пройдя эту экскурсию, можно узнать не только новые названия улиц, но и особенности их происхождения. В настоящее время создана экскурсия «Загадочная история кобринских улиц». Была создана интерактивная экскурсия по улицам, названным в честь литературных персон, – «Уличная литературная экскурсия». Данных улиц достаточное количество в городе, более 20. В данном случае создавались коллажи с изображением улицы, персоны. Размещались гиперссылки на их наиболее известные произведения, биографию и другие интересные факты. Данная экскурсия также может помочь в усвоении школьной программы по предметам русская и белорусская литература.

В настоящее время сложно удивить, а еще сложнее заинтересовать туриста, но с помощью интерактивных экскурсий это сделать намного легче и представляется возможным, поэтому важно вносить больше интерактива в туристическую индустрию. Интерактивные экскурсии по улицам города станут отличным способом развития туризма, особенно в малых и средних городах с компактной планировкой городской застройки.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать несколько главных выводов:

- 1) интерактивные историко-краеведческие экскурсии по улицам города Кобрин соответствуют современным высоким запросам к туристическому продукту;
- 2) интерактивные историко-краеведческие экскурсии – это отличный способ привлечь больше туристов и заинтересованных лиц;

3) данные интерактивные экскурсии могут использоваться как для развития туризма в городе, так в образовательном процессе;

4) опыт создания интерактивных экскурсий можно применить к другим городам Беларуси;

5) с помощью интерактивных экскурсий можно набрать более широкую аудиторию экскурсантов.

Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь (студенческий грант на 2022 г., № Г/Р 20220472).

Список использованных источников

1. Малая советская энциклопедия : в 10 т. / гл. ред. Б. А. Введенский. – М. : Большая советская энциклопедия, 1958–1961. – 10 т.
2. Новиков, В. С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. М. : Академия, 2007. – 208 с.
3. Республика Беларусь : энцикл. В 6 т. Т. 4 / Г. П. Пашков [и др.]. – Минск : БелЭн, 2007. – 768 с.

Токарчук С. М.,
кандидат географических наук, доцент,
доцент кафедры географии и природопользования
факультета естествознания учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

Поливач К. А.,
студентка кафедры географии и природопользования
факультета естествознания учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

КАРТОГРАФИЧЕСКОЕ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЕ «АРХИТЕКТУРНЫЕ ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ ГРОДНО»

Введение. В настоящее время в Беларуси почти 80 % населения страны проживает в городах. Современный город – эта территория, на которой можно увидеть своеобразные «следы» различных исторических периодов в первую очередь через разновременную застройку. Таким образом, любой город является своеобразным местом памяти и обладает значительным потенциалом для развития туристической деятельности.

Следует отметить, что изучение исторической застройки города – это достаточно популярное направления у самых разнообразных исследователей, в частности, подобные работы можно увидеть у географов, историков, архитекторов и др.

Следует отметить, что в результате выполнения подобных научных работ у исследователей чаще всего накапливается значительное количество различных типов информационных материалов, таких как таблицы (либо базы данных), фотографии, описания, карты и картосхемы и многое другое. Чаще всего данный материал остается в выполненной работе либо распространяется в виде отдельных научных статей.

В то же время накопленная в ходе таких исследований информация может быть востребована самыми разными пользователями, в том числе для развития туристического потенциала рассматриваемых объектов. Ввиду этого большое значение приобретает систематизация накопленной в ходе таких исследований тематической информации, что позволит интегрировать различные типы накопленных материалов и упростить доступ к ним для всех заинтересованных сторон.

Таким образом, в данной статье приводится концепция создания интерактивного картографического веб-приложения «Архитектурные историко-куль-

турные ценности Гродно» [1]. Цель создания данного веб-приложения – систематизация, визуализация и картографическое представление информации об архитектурных достопримечательностях города Гродно, обеспечение к ней общего доступа для заинтересованных людей.

Историко-культурные ценности Гродно. В Республике Беларусь статус историко-культурной ценности получают объекты, в которых сочетаются два основных признака: их высокая культурная значимость и юридическое признание. Юридическое признание оформляется путем включения данного объекта в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь. Решение о включении объектов в данный список принимает Белорусская республиканская научно-методическая комиссия по вопросам историко-культурного наследия при Министерстве культуры Республики Беларусь [2].

Историко-культурные ценности – это материальные объекты (материальные историко-культурные ценности) и нематериальные проявления творчества человека (нематериальные историко-культурные ценности), которые имеют выдающиеся духовные, художественные и (или) документальные достоинства и которым придан статус историко-культурной ценности.

Материальные и нематериальные объекты, которые относятся к историко-культурным ценностям, имеют большое значение для сохранения истории как всей страны в целом, так и ее отдельных регионов (от административных областей до отдельных населенных пунктов). Данные объекты также являются важной составляющей историко-культурного и туристического потенциала территории. В Беларуси объекты историко-культурного наследия пользуются большой популярностью среди туристов, туристических групп и местных жителей.

Материальные историко-культурные ценности подразделяются на семь видов: 1) памятники градостроительства; 2) памятники археологии; 3) памятники архитектуры; 4) документальные памятники; 5) памятники искусства; 6) памятники истории; 7) заповедные места [3].

Также в реестре историко-культурных ценностей выделяется четыре категории данных объектов: (0) – историко-культурные ценности, которые включены или предложены для включения в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО; (1) – уникальные художественные, эстетические и документальные объекты, которые имеют международное значение; (2) – объекты историко-культурного наследия, которые имеют республиканское значение и подчеркивают наиболее характерные особенности Беларуси; (3) – историко-культурные ценности, которые представляют значимость для отдельных регионов страны и подчеркивают их характерные особенности, исторические аспекты формирования и самобытность.

В городе Гродно находятся 64 материальные недвижимые историко-культурные ценности (примерно 1,33 % от количества в стране), внесенные

в Государственный список историко-культурных ценностей Беларуси. Наибольшее количество историко-культурных ценностей Гродно (51 объект, 80 %) относится к памятникам архитектуры – это Старый и Новый замок, Коложская церковь, Лютеранская кирха, здание бывшего манежа и др. В Гродно 4 историко-культурные ценности относятся к нулевой и первой категориям, из них 3 являются архитектурными объектами. Это Борисоглебская (Коложская) церковь, которая относится к категории 0, в настоящее время данный объект предлагается для включения в Список Всемирного наследия; комплекс Старого замка и башенные часы Фарного костела (категория 1).

Картографическое веб-приложение. В результате проведения научного исследования, посвященного изучению архитектурных историко-культурных ценностей Гродно и Гродненской области [3], было накоплено большое количество различных типов информации, в том числе и геопространственной (базы данных, интерактивные каталоги и др.). Данная информация может служить основой для развития туристического потенциала города. Таким образом, для объединения полученных материалов было разработано интерактивное картографическое веб-приложение «Архитектурные историко-культурные ценности Гродно» [1].

Созданное веб-приложение объединяет разные типы представления информации:

1) текстовый материал (общая характеристика города; описания исторических архитектурных объектов; характеристики исторических событий и др.);

2) фотографический материал (фотографии объектов (современные и старые); фотографии мемориальных знаков, установленных на зданиях и др.);

3) картографический материал, представленный в виде веб-карт и веб-приложений;

4) графики и диаграммы.

Интерактивное картографическое веб-приложение «Архитектурные историко-культурные ценности Гродно» представляет собой большой, сложный по содержанию и наполнению веб-проект, который реализовывался с использованием конструктора ArcGIS StoryMaps облачной платформы картографирования ArcGIS Online.

В структуре веб-приложения можно выделить *тематическую (содержательную)* и *компонентную (информационную)* части.

Тематическая (содержательная) часть представляет собой общую структуру проекта. В целом проект включает несколько различных по содержанию и наполнению частей. В первой части приводится теоретическая информация об историко-культурных ценностях, их категориях и видах. Также в данной части указываются основные характеристики историко-культурных

ценностей Беларуси, в том числе архитектурных. Во второй части дается описание историко-культурных ценностей Гродно, их количественное и качественное соотношение. В третьей части представлены веб-карты, отображающие размещение в пределах Гродно отдельных категорий архитектурных историко-культурных ценностей. В заключительной части приводится описание перспективных направлений развития туристического потенциала архитектурных ценностей. Также в данной части представлено несколько виртуальных экскурсий.

Компонентная (информационная) часть включает разные типы материалов, которые создавались с использованием возможностей конструктора картографического веб-шаблона ArcGIS StoryMaps.

К элементам данного конструктора относятся: 1) текст; 2) кнопки; 3) разделители; 4) веб-карта; 5) тур по карте; 6) боковой блок; 7) изображения и некоторые другие.

Наиболее значимым компонентом в интерактивном веб-приложении является *текст*. Текстовый материал выполняет несколько функций. Во-первых, это описательная функция (описание карт и картосхем, отдельных фотографий и др.). Во-вторых, это информационно-справочная функция, в частности, справочная информация о городе Гродно, архитектурных объектах и др. Также можно отметить пояснительную функцию текста (пояснения к картам, веб-приложениям, фотографиям и др.).

В отдельных разделах использовались *кнопки*, как визуально значимые инструменты для привязки гиперссылок. Например, в пределах интерактивных карт разных категорий архитектурных ценностей приводятся краткие описания отдельных зданий, после которых размещена кнопка «Википедия», по которой можно перейти в электронную энциклопедию и прочитать более подробную информацию о них. Также к наиболее известным объектам привязаны гиперссылки на документальные фильмы о них либо научно-популярные передачи.

Разделители используются для отделения друг от друга как разделов, так и отдельных частей внутри разделов.

Наиболее интересными информационными элементами веб-приложения являются *карта* и *тур по карте*.

Карты имеют важное значение для приложения, так как отсутствие картографических материалов и привязки информации об архитектурных объектах к карте является основным недостатком большинства существующих материалов по данной тематике. Веб-карты создавались несколькими путями:

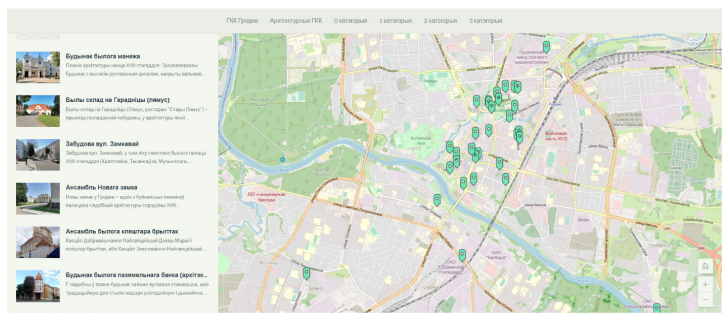
1) экспресс-карты, когда на какой-либо интерактивной карте-подложке были нарисованы (точками, линиями или полигонами) местоположения каких-либо объектов;

2) карты, созданные с помощью конструктора веб-карт и разных типов легенды и др.

Тур по карте представляет собой простое картографическое веб-приложение, где происходит объединение набора местоположений (точек) на карте с различными типами информации по данным точкам. В частности, к каждому местоположению можно привязать название точки, ее описание, иллюстрацию (или набор иллюстраций), кнопки, гиперссылки и др. Тур по карте может быть представлен в нескольких видах компоновки.

Во-первых, были выполнены несколько интерактивных каталогов, которые объединяют архитектурные историко-культурные ценности Гродно по категориям. Эти каталоги объединяют пространственные данные (местоположения объектов, которые нарисованы на базовой карте Openstreetmap), их фотографии и краткие сведения о них (см. рисунок).

Во-вторых, это серии интерактивных экскурсий. Например, экскурсия «Застройка улицы Кирова». Изучив данную экскурсию, можно познакомиться со всеми архитектурными достопримечательностями, размещенными на данной улице, увидеть их фотографии, описания их как архитектурного объекта, а также как исторической достопримечательности.



Интерактивный каталог «Архитектурные историко-культурные ценности 2-й категории»

Боковой блок представляет собой сочетание двух окон: большого (основного) окна, в пределах которого возможно создание веб-карты, вставки другого веб-приложения, изображения, видео, а также малого (дополнительного) окна, где можно писать текст, добавлять изображения, кнопки, веб-карты и др. Данный инструмент при реализации веб-приложения применялся для объединения выполненных иллюстративных материалов (преимущественно фотоколлажей архитектурных достопримечательностей из современных

и старых фотографий) и дополнительного к ним материала (текста, иллюстраций, кнопок и др.).

Изображения также занимают значительное место в пределах созданного картографического веб-приложения. Они представлены в виде фотографий, схем, скриншотов документов, рисунков и др.

Наиболее часто в пределах приложения встречаются фотографии. Они выполняют самые разные функции и представлены несколькими типами. Во-первых, это фотографии (как современные, так и старые) самих объектов, которые либо дополняют карты, либо выступают в качестве иллюстраций к тексту. Во-вторых, в веб-приложении представлено значительное количество фотографий аншлагов (табличек с названиями объектов), которые преимущественно выполняют те же функции.

Заключение. Таким образом, с использованием современных облачных картографических платформ возможно создание сложных многоплановых веб-проектов в виде интерактивных картографических веб-приложений, которые позволяют, с одной стороны, объединить в одном документе результаты длительного научного исследования и открыть к нему доступ в сети Интернет, а с другой – отобразить данное исследование в красочном иллюстративно-картографическом формате. Данные приложения можно использовать как туристический путеводитель.

Список использованных источников

1. Архітэктурныя гісторыка-культурныя каштоўнасці Гродна [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://arcg.is/zXWnr>. – Дата доступу: 27.07.2022.
2. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://gossписок.gov.by/Home/Index>. – Дата доступу: 27.07.2022.
3. Токарчук, С. М. Историко-культурные ценности Гродненской области Беларуси / С. М. Токарчук, К. А. Сайчик // Историко-географический подход в изучении культурных ландшафтов региона : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Псков, 18 марта 2021 г. / Псков. гос. ун-т. – Псков : Псков. гос. ун-т, 2021. – С. 83–93.

Шамарова Е. В.,
аспирант учреждения образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРУ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Развитие туристической индустрии невозможно без регулярного усовершенствования подходов к оказанию соответствующих услуг и формированию экскурсионных и иных программ. Информационные технологии получили широкое распространение в мире и на современном этапе активно внедряются в сферу туризма. Благодаря информационным технологиям современные туристические услуги становятся более гибкими и доступными для широкого круга потребителей, что позволяет наиболее эффективно привлекать потенциальных туристов и использовать новые форматы позиционирования стран и их туристических возможностей.

Так как в туризме чрезвычайно важно побудить потенциального путешественника или экскурсанта посетить ту или иную страну/регион/достопримечательность, весьма актуальным представляется значимая работа, направленная на стимулирование в совершении поездки. Именно на этом этапе возникает необходимость активного применения информационных технологий, которые представляют широкие возможности маркетинговых коммуникаций.

В данном случае мотивирующими факторами могут быть специализированные сайты с удобной навигацией и интересным контентом, страницы в социальных сетях с возможностями не только просмотра иллюстративного материала, но и бронирования и оперативной связи с организатором туристической программы, виртуальные туры, позволяющие представить богатый туристический потенциал страны и обширный спектр соответствующих услуг культурного, медицинского, санаторно-курортного и иного характера.

Развитие информационных технологий и их внедрение в различные сферы деятельности является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития страны. В соответствии с Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. в части развития информационной системы комплексной поддержки внутреннего и въездного туризма ключевыми направлениями деятельности являются следующие: создание, поддержка, обновление и продвижение централизованных ресурсов о туристических возможностях Республики Беларусь belarustourism.by

и belarus.travel в сети Интернет; подготовка, издание, тиражирование и распространение рекламно-информационных материалов о туристическом потенциале Республики Беларусь на бумажных, электронных и цифровых носителях, включая мультимедийные презентации и видеоматериалы; комплексное интернет-продвижение многофункционального сервиса онлайн-бронирования туристических услуг «VETLIVA»; развитие и продвижение в сети Интернет сайтов областей и города Минска, а также разработка и сопровождение мобильных приложений по туристическим маршрутам [2].

В рамках реализации указанной программы Национальным агентством по туризму разработан интерактивный сайт belarus.travel, предназначенный для туристов. На сайте создан маршрутизатор, расположенный в разделе «Моя поездка», позволяющий туристу создавать индивидуальный маршрут в соответствии с его предпочтениями: вид туризма, регион и дата планируемого путешествия. Также агентством созданы мобильное приложение по Орше (Витебская область) с квест-буком, виртуальный тур по Новогрудку (Гродненская область) и виртуальный тур «Потерянный рай: жизнь и катастрофа белорусских штетлов и околиц», посвященный еврейскому наследию. В условиях сложной геополитической ситуации и эпидемиологических вызовов агентством разработана платформа для проведения онлайн-выставок – expo.belarus.travel.

Как отмечает кандидат технических наук О. А. Сосновский, «индустрия туризма позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программных продуктов управления отдельной туристской фирмой до применения глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в туризме используется достаточно много новейших компьютерных технологий, например глобальные компьютерные системы резервирования, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, Smart Cards, информационные системы менеджмента и др.» [3, с. 84]. Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи). Прежде всего это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта.

Помимо национальных и региональных ресурсов, все организации, так или иначе вовлеченные в туристическую деятельность, стараются разработать свои информационные компоненты для привлечения внимания и продвижения услуг и проектов. К таким организациям относятся санатории, агроусадьбы, музеи и мемориальные комплексы, природоохранные учреждения, центры народного творчества и др.

В Беларуси разработаны виртуальные туры и 3D-экскурсии по знаковым историческим местам, представляющим интерес как для зарубежных, так

и для отечественных туристов, среди них: мемориальные комплексы «Хатынь», «Курган Славы», «Брестская крепость-герой», Историко-культурный комплекс «Линия Сталина» и др., а также музеи: Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны, Мемориальный музей-мастерская З. И. Азгура, Гродненский государственный музей истории религии и др. В разработке виртуальных туров не обошли стороной и природоохранные учреждения: в 2022 г. три белорусских заказника – «Налибокский», «Озёры» и «Освейский» – получили новые тематические цифровые решения по линии Программы развития ООН в сфере экотуризма.

Белорусские музеи в целях расширения аудитории посетителей и стимулирования интереса экскурсантов предлагают виртуальные выставки. В качестве примера могут служить выставки «Магнатские дворы и замки Беларуси» (Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж»), «От римского денария до белорусского рубля» (Национальный исторический музей Республики Беларусь), «Нельзя забыть. Нельзя понять. Нельзя оправдать» (Национальный Полоцкий историко-культурный музей-заповедник) и др.

В практику ведущих музеев страны вошло использование голограмм. Например, в Государственном литературном музее Янки Купалы в рамках постоянной экспозиции представлена голограмма, показывающая поэта Янку Купалу за работой в инсталлированном кабинете, читающим свои произведения. Одним из успешных проектов 2020 г. стала выставка художественных голограмм «Голография», экспонировавшаяся в разных регионах Беларуси. На данной выставке представлено большое разнообразие голограмм как по тематике, так и по технологическим особенностям. Посетители могли увидеть оптические копии таких ценностей, как Крест Евфросинии Полоцкой, Жировичская икона Божией Матери, Дары волхвов, Туровский Крест, слущкие пояса, пояс Великого князя Витовта XIV в., древнебелорусские украшения.

В целях знакомства потенциальных туристов с историческим и культурным наследием разных регионов посредством сервиса *izi.TRAVEL* предоставляются возможности виртуальных экскурсий. В частности, пользуются популярностью такие экскурсии по филиалам Национального Полоцкого историко-культурного музея-заповедника: Музей белорусского книгопечатания, Музей-библиотека Симеона Полоцкого, Художественная галерея, стационарная выставка «Прогулка по Нижне-Покровской» и др.

Среди примеров внедрения информационных технологий в сферу туризма можно указать очки виртуальной реальности при осмотре исторических памятников; технологии 3D-печати при создании макетов знаковых объектов материальной культуры в Национальном историческом музее Республики Беларусь; «виртуальное погружение» в съемке 360 градусов более 20 достопримечательностей Беларуси в музее «Страна Мини» в Минске; «зоны

погружения» в военные действия с использованием звуковых, цветовых и дымовых эффектов в Белорусском государственном музее истории Великой Отечественной войны; роботы-экскурсоводы и управление подводной лодкой с помощью 3D-очков в мобильном музее океана с макетами атомных подводных лодок, мини-океанариумом и лабораторией для детей от Центра океанографии в Минске; QR-коды возле экспонатов с возможным доступом к подробной информации об объекте на мобильном устройстве в Национальном художественном музее Республики Беларусь; сенсорные экраны в Музее истории города Минска и др.

Весьма интересен виртуальный Музей Матери в Витебске, созданный коллективом Витебского государственного университета имени П. М. Машерова в 2021 г. и представляющий собой воплощенную в жизнь в 3D-формате модель полнофункционального действующего музея, посвященного женщинам – обладательницам областной премии Зинаиды Тусноловой-Марченко; женщинам, награжденным Орденами матери; матерям, чьи дети погибли при исполнении служебного долга; вдовам военнослужащих, погибших в Афганистане [1].

В контексте рассматриваемой темы интерес представляет проект «Цифровая звезда», инициированный Молодежной палатой при Парламентском собрании Союзного государства. Ресурс представляет собой интерактивную базу памятников и мемориалов Великой Отечественной войны. Поиск может осуществляться по QR-коду, текстовым запросам и на карте по геолокации. Функционирует личный кабинет, позволяющий его пользователям стать сопричастными к сохранению исторической памяти и наполнять разделы «Памятники» информацией о памятниках Беларуси времен Второй мировой войны и «Геноцид» – фактами геноцида белорусского народа во время войны, а также наносить на карту такие места.

Значимые цифровые проекты в сфере туризма ежегодно представляются на Международном форуме по информационно-коммуникационным технологиям «ТИБО», на площадке которого демонстрируется достигнутый уровень и перспективы цифровой трансформации Республики Беларусь. К примеру, в 2022 г. на форуме были презентованы 3D-туры и электронные решения с элементами виртуальной реальности по Гомельскому дворцово-парковому ансамблю, Гомельскому областному музею военной славы, археологическому музею «Берестье» и Березовскому историко-краеведческому музею, а также проекционная инсталляция с трекингом тела «Достопримечательности Минска» и др.

В рамках проведения форума Национальным агентством по туризму был организован семинар «IT в туризме». В ходе данного семинара экспертами отрасли обсуждались актуальные тенденции в мире цифровых технологий

туризма, IT-практик для турагентств, туроператоров, объектов размещения разного типа, освещались вопросы обмена данными между разными системами и сайтами, возможностями эффективного подключения к поставщикам дополнительных услуг (страховки, авиабилеты и пр.), аспекты работы с различными системами оплат.

В 2021 г. впервые в рамках Республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь» была введена номинация «Виртуальный проект года». Среди наиболее успешных проектов были отмечены следующие: многофункциональный сервис онлайн-бронирования, оплаты и каталог туристических услуг «VETLIVA», специализирующийся на отдыхе и туризме в Беларуси (экскурсионные туры, гостиницы, санатории, базы отдыха и агроусадьбы, а также национальные парки и заповедники); интерактивные карты «Открой Минск» и «Мая Радзіма – Беларусь», позволяющие познакомиться с основными достопримечательностями белорусской столицы, получить сведения о театрах, музеях, парках, спортивных комплексах и других объектах; первый в Беларуси театрализованный сити-тур с элементами анимации «Тайны города», использующий в своей основе полное погружение в историю посредством полного визуального воплощения и аудиосопровождения; виртуальный тур «Познай Кобрин», представляющий путешествие по всем основным объектам историко-культурного наследия Кобринщины с использованием уникальной архивной информации, аудиопутеводителя, онлайн-карты с построением маршрута, виртуального облика города в 80-е гг. XX ст.; виртуальная экскурсия в Чеботовичский центр народного творчества.

Существенно значение электронных каталогов, которые позволяют виртуально путешествовать по предлагаемым маршрутам, просмотреть эти маршруты в активном режиме, получить информацию о стране, объектах по трассе маршрута, данные о гостиницах, кемпингах, отелях и других средствах размещения, ознакомиться с системой льгот и скидок, а также законодательством в сфере туризма. Турист может спланировать программу тура, выбрать его по заданным оптимальным параметрам.

При этом туризм тесно связан с пространственно-ориентированными объектами. Информационные технологии используются менеджерами туризма для решения задач отображения туристической привлекательности региона или отдельных туристических/экскурсионных маршрутов; анализа разных аспектов развития области в отдельных регионах или государствах; оптимизации финансовых и трудовых ресурсов, задействованных в туристической области; минимизации риска для жизни, здоровья людей или окружающей среды.

В свою очередь, развитие и внедрение информационных технологий в сферу туризма влечет за собой необходимость в соответствующей подготовке кадров. Так, в течение нескольких лет на территории Браславского района

при поддержке ПРООН в партнерстве с Министерством экономики Республики Беларусь реализовывался проект «Создание и развитие школы IT» для туристической сферы. В рамках данного проекта 208 человек прошли профильное обучение, которое осуществлялось дистанционно на бесплатной основе. Наиболее востребованными оказались курсы по интернет-маркетингу, созданию сайтов и туристических онлайн-продуктов. Параллельно проходило обучение преподавателей Видзовского колледжа, которые теперь могут сами вести определенные онлайн-курсы. Кроме этого, на базе сайта Видзовского колледжа создан портал IT-школы, где можно изучить предложенные курсы и пройти обучение самостоятельно. По итогам реализации проекта были разработаны 22 туристических продукта для Браславского района, среди которых – новые маршруты на байдарках для агроусадеб, велоэкскурсии с сопровождением экспертов, гастрономические туры [4].

Таким образом, информационные технологии представляют широкие возможности для рекламы туристических программ, популяризации туристического потенциала страны на мировом уровне, привлечения внимания туристов к значимым объектам, находящимся в разных локациях Беларуси, знакомства виртуальных экскурсантов с богатым историческим прошлым, уникальной культурой и разнообразным природным потенциалом.

Список использованных источников

1. Виртуальный Музей Матери презентовали в Витебске [Электронный ресурс] // Издательский дом «Беларусь сегодня». – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/virtualnyy-muzey-materi-prezentovali-segodnya-v-vitebske.html>. – Дата доступа: 13.08.2022.
2. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://mst.by/ru/programmy/gosudarstvennaya-programma-razvitiya-turizma-v-respublike-belarus.html>. – Дата доступа: 11.08.2022.
3. Сосновский, О. А. Информационные технологии в туризме / О. А. Сосновский, А. А. Федорович. – Минск : БГЭУ, 2008. – 95 с.
4. Школа IT в туризме [Электронный ресурс] // Районная газета «Браславская звезда». – Режим доступа: <http://www.braslav-star.by/2022/06/24/%D0%B2-%D0%B1%D1%>. – Дата доступа: 11.08.2022.

ПОДГОТОВКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Баранова А. С.,

кандидат педагогических наук,
доцент кафедры педагогики учреждения образования
«Минский государственный лингвистический университет»

ПОДГОТОВКА ВОСПИТАТЕЛЕЙ К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ДЕТСКОМ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ЛАГЕРЕ

Экологический туризм в значительной степени способствует экологическому воспитанию и образованию детей и молодежи, поэтому важно подготовить воспитателей к осуществлению экологического туризма в детском оздоровительном лагере. В педагогической литературе туризм рассматривается как важное средство экологического воспитания учащихся [1]. Экологические тропы являются эффективной формой экологического воспитания и образования учащихся. Разработаны рекомендации и сценарии проведения экологических туров и экологических троп, которые можно использовать в летний период [2, 3]. Целенаправленная подготовка воспитателей поможет учащимся получить новые знания о природе, внести посильный вклад в охрану окружающей природной и культурной среды.

В процессе подготовки к воспитательной деятельности в детском оздоровительном лагере будущие воспитатели знакомятся с понятиями «экотур», «экологическая тропа», а также с принципами экологического туризма. Экологический туризм рассматривается в настоящее время как ответственное путешествие в природные зоны, локации, места сохранения окружающей среды. В связи с этим они рассуждают и отвечают на вопросы: в чем заключается ответственность, какой туризм не сохраняет естественные природные объекты, в чем заключается содействие охране природы, приводят примеры безответственного отношения к природным объектам. Будущие воспитатели предлагают новые формы, методы, средства, технологии, пути повышения эффективности экологического образования и воспитания в детском оздоровительном лагере, знакомятся с туристическими сайтами, периодической печатью с целью поиска маршрутов экологических туров и экологических троп. Объяснительно-иллюстративный метод может успешно сочетаться с заданиями поискового характера с целью развития внимания и наблюдательности детей.

В процессе ознакомления с понятием «экологическая тропа» рассматриваются ее различные определения (учебно-туристическая тропа или специально оборудованный маршрут для проведения экологических экскурсий), классификация экологических троп, их типы. Будущие воспитатели анализируют структуру экологической тропы, ее информативность с целью выявления ее эффективности для экологического воспитания учащихся, знакомятся с опытом создания экологических троп в Беларуси.

Выбор маршрута экологической тропы будет зависеть от ее доступности, расположения, а также от интересов и желаний учащихся. Подготовка к экологическому туристическому походу дает возможность знакомства с растениями, птицами, животными, ландшафтом, почвами, способами охраны окружающей среды.

В детском оздоровительном лагере летний период имеет большое значение для использования экологической тропы. Для детей, отдыхающих в пришкольных детских оздоровительных лагерях г. Минска и в лагерях, расположенных около г. Минска, большой интерес представляют экологические тропы, организованные в г. Минске или возле него. Можно также организовать такие туристические экологические туры для детей из других городов и областей. С целью повышения эффективности экологического воспитания в процессе посещения экологических троп можно дать исследовательские задания до экскурсии или предложить их выполнить во время или после экскурсии. Будущие воспитатели должны заранее подготовить вопросы, задания, предложить учащимся изучить литературные и другие источники. Необходимо сделать акцент на сохранности природы, ответить на вопрос: кто и как нуждается в охране и защите. Учащиеся в последующем могут разбиться на команды с целью выявления победителей. Приоритетными являются точность и быстрота ответов. Задания могут содержать вопросы: где расположена экологическая тропа, в каком году она была открыта и какова ее протяженность. Можно дать задания, связанные с историей создания экологических троп в Беларуси, в частности в г. Минске. Будущие воспитатели знакомятся с экологическими тропами г. Минска и затем предлагают детям ознакомиться с имеющимися экологическими тропами, выявить и изучить расположенные недалеко от их школы или места проживания. Знакомство с микрорайоном Чижовка (улица Уборевича) позволяет учащимся ознакомиться с имеющимися там уникальными растениями, занесенными в Красную книгу. Учащиеся отвечают на вопросы, связанные с созданием тропы (июнь 2018 г.) и ее протяженностью (700 м). В процессе знакомства с экологической тропой «Белая дача» учащиеся отвечают на вопросы: где она расположена (Курасовщина, ул. Казинца), какие элементы тропы там имеются (изображения животных), изображения каких животных там можно найти (большой паук Жора, семейство крокодилов, лягушка, олень).

Экологическая тропа «Легенды белорусской флоры» располагается в Центральном ботаническом саду. Исследовательские задания могут быть различными: узнать, какова протяженность экологической тропы (400 м), каковы варианты прохождения по тропе (путь легенд и преданий – 228 м, путь целебных трав – 50 м, путь древних лесов), какие цветы можно увидеть (тюльпаны, розы, сирень и т. д.), какие цветы растут в лесной локации (рододендроны), какие цветы напоминают цветущую сакуру (вишня краснолистная), является ли японская сакура подвидом вишни (является), сколько имеется видов сирени в ботаническом саду (более 200 видов), какие виды сирени произрастают («раджа капюра», «маленький принц», «лебедушка», «дружба» и др.), где находится крупнейшая коллекция видов сирени в Европе (в Центральном ботаническом саду г. Минска).

Интересной и увлекательной является экологическая тропа «Лесное озеро». Учащиеся узнают, где она расположена (в лесопарке Степянка), когда возникла (в 2021 г.), какова ее протяженность (930 м), какая интерактивная зона там имеется («Угадай животное по следу»), какая имеется фотозона («Трон лесовика»).

В процессе знакомства с экологической тропой «Малявки» учащиеся узнают о ее расположении (Ленинский район, парк имени Надежды Грековой на пересечении ул. Малинина и пр. Рокоссовского), получают задание узнать, кем была Надежда Грекова (государственный и партийный деятель), а также изучить биографию Надежды Грековой. Учащиеся также находят информацию о местности, местных видах фауны и флоры из информационных и голосовых стендов, узнают, на каких экологических тропах установлены голосовые стенды, где можно узнать об обитающих в этих местах птицах, пение каких птиц можно услышать (пение скворца, зяблика, пищухи). Ко Дню Республики экотропу «Малявки» продлили от парка имени Надежды Грековой до кольца велодорожки в районе ул. Дворищи. Учащиеся получают задание описать интересные особенности экотропы: можно понаблюдать за бобрами, живущими в Чижовском водохранилище, посмотреть на оригинальные скворечники, увидеть отель для насекомых, где для различных видов созданы подходящие условия.

Учащиеся также узнают о расположении (возле водоема в парке Дививелка, район Сухарева «Красный бор») и времени создания (2021 г.) экологической тропы «Птичья полянка», получают задание собрать информацию о птицах, которых можно увидеть на этой экологической тропе (утки в водоеме, грачи, галки, кукушки, зяблики, садовые славки, лесные коньки), узнать, какие из них зимуют, как о них заботиться в зимний период. Фотографии, рисунки увиденных птиц помещают в стенгазеты, альбомы, на сайты. Учащимся дают задание узнать, почему парк называется Дививелка, а также что

здесь было ранее, до создания экотропы (до 2009 г. здесь был безымянный пустырь с вытоптанными тропинками, кустарником. Любопытное название парк получил благодаря обмелевшей речке Качинка, которая ранее в народе именовалась Дививелкой).

Полезной и познавательной для учащихся и будущих орнитологов является экологическая тропа «Город птиц». Учащиеся получают задание узнать о месте нахождения тропы (урочище «Серебряный лог» в Ленинском районе), времени создания экологической тропы (экологическая тропа «Город птиц» была открыта специально к Международному дню птиц в 2018 г.), когда отмечается международный день птиц (1 апреля), какова протяженность экологической тропы (1,5 км). В процессе экскурсии или после нее можно провести викторину: сколько видов птиц живет в данной локации (50 видов птиц), назовите виды птиц, их особенности, каких редких птиц вы можете здесь встретить (серых и белых цапель), какая птица занесена в Красную книгу (зимородок).

После того как учащиеся узнали о расположении экологической тропы «Каменная горка» (микрорайон «Каменная горка») и времени открытия тропы (2016 г.), они получают задание узнать, в чем состоит ценность экотропы. Наиболее внимательные учащиеся отметят, что ценность экотропы заключается в том, что она дает возможность увидеть многообразие птиц и зверей из разных природных зон: лугов, полей, водоемов, лесов. Учащиеся также получают задание определить, какие растут растения в данном месте (ландыши, кислица), какие редкие виды птиц можно увидеть (соловьи, зяблики, овсянки).

Учащиеся узнают о расположении экологической тропы «Медвежино» на пересечении ул. Пономаренко и ул. Горецкого, о ее протяженности (940 м), выполняют творческое задание: какие интересные факты из мира животных, птиц и насекомых вы узнали, какие редкие виды растений и деревьев (буки) вы видели.

В процессе работы с информацией будущие воспитатели узнают, что самой большой экотропой в г. Минске является экотропа «Цна». Учащимся дают задание узнать о времени открытия тропы (2021 г.) и ее протяженности (2,4 км), а также предлагают собрать информацию о 6 тематических зонах, растительности береговой линии и лекарственных растениях. Учащиеся с интересом отмечают, что босоногая тропа дает возможность тактильно ощутить природные материалы (шишки, гальку, песок), увидеть деревянные фигуры зверушек. На каждой тематической поляне есть карта острова с указанием, где находишься в настоящее время и куда можно направиться дальше.

Учащиеся могут выполнить научно-исследовательские задания, связанные с уникальностью экотропы «Курасовщина», которая находится на территории бывшего ботанического памятника «Вековая дубрава парка “Курасовщина”», узнать, какой горнолыжный центр там находится («Солнечная долина»).

Сбор информации об экологических тропах г. Минска позволяет учащимся узнать, что одной из первых в городе была открыта экологическая тропа на улице Семашко. Учащимся дают задания узнать, когда была открыта тропа (2017 г.), где она расположена (возле русла реки Лошица), чем она интересна (там имеются специальные домики для летучих мышей), предлагается назвать и охарактеризовать представителей местной флоры и фауны, назвать полуводных животных (бобры, ондатры), ответить на вопросы: кто такие «плывуны» (бродячие бобры, которые могут несколько лет искать партнера/партнершу или новые территории), где живет «плывун» (в норе, а не в хатке, как его сородичи, строящие плотины из деревьев), питается ли «плывун» рыбой (нет), какие имеются необычные обитатели здешнего озера (ондатры), к какому семейству они относятся (к семейству хомяковых), чем отличается ондатра от бобра (меньшим размером, хвостом, у ондатры хвост крысинообразный, у бобра большой и веслообразный), что объединяет ондатру и бобра (хороший слух и плохое зрение), каковы основные обитатели заболоченного устья реки (дикие утки и лысухи), кто такие лысухи (темные птицы с белой бляхой на клюве). Учащиеся собирают информацию о новшествах экотропы, названиях и художественных особенностях 20 стилизованных скамеек «Медведи ждут Машу», «Ворота города», «Тоннель метро», находят новейшие сведения об экологической тропе: в начале июля 2022 г. торжественно открыли новый экологический маршрут на границах ул. Каролинской и ул. Семашко, пролегающий вдоль поймы Лошицы.

Экотропа Заводского района «Царство желтоголового короля» (лесопарк в районе улицы Ангарской) поможет учащимся ответить на вопрос: какая самая маленькая птица Евразии, с помощью информационных стендов собрать информацию о флоре и фауне данной местности, узнать, как работает интерактивное табло. Нажав на кнопку, учащиеся слушают пение птиц в записи, называют этих птиц, характеризуют их особенности. Размещенные здесь QR-коды со ссылками дают расширенные сведения об окружающей природе.

На экотропе «Долина сказок» (улица Асаналиева) имеются металлические конструкции больших и средних форм в виде дракона, оленя, кабанчиков, волшебного зубра, а также сказочных персонажей, таких как кот ученый, золотая рыбка, на тропе расположены информационные стенды познавательного и развлекательного характера, содержание которых можно использовать для исследовательской работы учащихся.

Экотропа Московского района г. Минска «Яблоневый сад» (станция метро Михалово, вдоль ул. Л. Сапеги, возле русла реки Мышки) дает возможность изучить стенды о водоплавающих птицах, растениях, обитателях луга, сортах яблонь. В результате полученной информации учащиеся могут подготовить эссе, рефераты, сочинения, кроссворды, рисунки, написать стихи, которые войдут в экологический портфолио.

Будущие воспитатели и учащиеся узнают новейшие сведения об экотропах: летом 2022 г. была открыта тропа «Окно в природу» по ул. Нововиленской, вдоль реки Свислочь. Во Фрунзенском районе преобразилась озелененная территория вдоль ул. Налибокской. Появился городской огород – трехъярусная конструкция, где растет рассада овощей и ягод.

Обзор имеющихся в г. Минске экотроп позволит учащимся выбрать определенную экотропу в связи с интересующими их вопросами, расширить кругозор и осведомленность о биологическом разнообразии окружающей природы. Путешествия по экологическим тропам дают возможность изучить флору и фауну Беларуси, познать родной край, внести посильный вклад в сохранение и развитие природного разнообразия.

Наряду с изучением особенностей экологических троп важно обсудить с учащимися меры, предусмотренные в целях защиты природы. Учащиеся находят ответы на вопросы: какие территории являются особо охраняемыми (национальные парки, заказники, заповедники), какие штрафы предусмотрены в случае нарушений этой нормы (500 базовых величин), где можно припарковать автомобиль (в специально оборудованном для этого месте или не ближе 30 м от береговой линии), что грозит нарушителям (штраф до 50 базовых величин), какой штраф предусмотрен в случае повреждения живого напочвенного покрова протекторами шин (до 20 базовых величин). Учащиеся должны знать о запрете разводить костры в не предназначенных для этого местах, о том, какой штраф предусмотрен для нарушителей (до 30 базовых величин). Учащимся следует напомнить о том, что нельзя рубить и уничтожать растительность. Для нарушителей предусмотрен штраф до 500 базовых величин. Посещая экологические тропы, учащиеся должны помнить о том, что запрещено наносить вред животным и растениям, уничтожать муравейники, гнезда, норы и другие жилища животных, знать, что для нарушителей предусмотрен штраф (500 базовых величин). Необходимо обязательно убирать за собой мусор. В противном случае предусмотрен штраф до 1 000 базовых величин.

Подготовка воспитателей к осуществлению экологического туризма в детском оздоровительном лагере будет эффективной, если она будет носить теоретико-практический характер и включать поисковую и научно-исследовательскую деятельность.

Список использованных источников

1. Цагараева Е. Ф. Туризм как средство экологического воспитания учащихся / Е. Ф. Цагараева, А. С.-А. Гатаев // Балтийский гуманитарный журн. – 2019. – Т. 8. – № 4 (290). – С. 181–183.
2. Экологические туры: разработка и продвижение : учеб.-практ. пособие / И. В. Абрамова [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2011. – 166 с.

3. Экологическая тропа в летнем оздоровительном лагере [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wildnet.ru/images/phocagallery/2015/56/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4.%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8B/%D0%9D%20%20%20%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%20%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%8C.pdf>.

ПАДРЫХТОўКА СПЕЦЫЯЛІСТАў У СФЕРЫ ТУРЫЗМУ ДЗЕЛЯ ЗАБЕСПЯЧЭННЯ ЯГО ІНКЛЮЗІўНАСЦІ І ДАСТУПНАСЦІ ДЛЯ ўСІХ

Інклюзія азначае паўнаwartаснае ўключэнне людзей з асаблівымі патрэбамі, напрыклад людзей з інваліднасцю, з часовымі праблемамі здароўя, людзей пажылога ўзросту, сем'і з маленькімі дзецьмі і г. д., ў жыццё грамадства, у тым ліку ў адукацыю, працу, сацыяльнае жыццё і г. д. Турызм таксама з'яўляецца адным са складнікаў сацыяльнага жыцця чалавека. Забеспячэнне інклюзіўнасці і даступнасці турызму для ўсіх патэнцыйных турыстаў без выключэння патрабуе наяўнасці даступнай інфраструктуры і паслуг. Але адным з ключавых момантаў выступае гатоўнасць і падрыхтаванасць персаналу турыстычных аб'ектаў для абслугоўвання гэтых катэгорый турыстаў, валоданне асновамі ўзаемадзеяння з людзьмі з асаблівымі патрэбамі.

Адным з эфектыўных метадаў падрыхтоўкі персаналу выступае ўключэнне тэмы інклюзіі і абслугоўвання людзей з асаблівымі патрэбамі ў сістэму падрыхтоўкі турыстычных кадраў на ўзроўні вышэйшай адукацыі. Гэтая практыка існуе ў Беларускім дзяржаўным ўніверсітэце (далей – БДУ) з 2016 г. Пытанні інклюзіі і даступнасці ўключаны ў падрыхтоўку спецыялістаў у сферы турызму на факультэце міжнародных адносін (далей – ФМА). Аўтарам артыкулу была распрацавана першая ў Беларусі навучальная дысцыпліна на гэтую тэму “Практыка арганізацыі інклюзіўнага турызму”, якая ўваходзіць у праграму падрыхтоўкі бакалаўраў па спецыяльнасці 1–26 02 02-06 “Менеджмент у сферы міжнароднага турызму” (спецыялізацыі 1–26 02 02-06 01 “Менеджмент уязнога і выезнога турызму” і 1–26 02 02-06 02 “Менеджмент агра- і экатурызму”) [1, с. 27; 2]. У 2019 г. тэма інклюзіі была ўключана і ў праграму падрыхтоўкі магістрантаў – для спецыяльнасці 1–26 80 04 “Менеджмент. Прафілізацыя: Менеджмент масавых мерапрыемстваў” у межах англамоўнай дысцыпліны “Інклюзіўныя падыходы ў арганізацыі масавых мерапрыемстваў” [3]. У 2021 г. аўтарам была распрацавана яшчэ адна навучальная дысцыпліна – “Інклюзіўны турызм” (для спецыяльнасці 1–26 02 02 “Менеджмент (па накірунках)”, накірунак спецыяльнасці 1–26 02 02-06 “Менеджмент (у сферы міжнароднага турызму)” [4].

У межах дадзеных навучальных дысцыплін студэнты вывучаюць асноўныя падыходы да забеспячэння даступнасці і інклюзіўнасці турызму і мерапрыемстваў для людзей з асаблівымі патрэбамі, аналізуюць досвед развіцця

інклюзіўнага турызму ў замежных краінах, а таксама існуючыя прыклады развіцця гэтага накірунку ў Беларусі.

Навучальны працэс грунтуецца на практыкаарыентаваным падыходзе, шматпытанняў раскрываецца ў межах самастойных даследаванняў студэнтаў. Тэарэтычны блок дапаўняецца разнапланавымі дадатковымі матэрыяламі і практычнымі заняткамі, сярод якіх:

- відэа- і фотаматэрыялы па беларускім і замежным досведзе забеспячэння даступнасці турызму для людзей з асаблівымі патрэбамі, у тым ліку заснаваныя на асабістым практычным досведзе выкладчыка;
- практычныя заняткі ў інтэрактыўнай форме (праца ў малых групах, дыскусіі, дзелавыя гульні);
- запрашэнне на заняткі спецыялістаў-практыкаў;
- практычныя заданні даследчага характару – квэсты, выязныя заняткі, самастойны аналіз даступнасці турыстычных аб'ектаў з боку студэнтаў.

Прыкладам выязнога занятку выступае занятак па ацэнцы даступнасці пэўных раёнаў горада Мінска па ступені іх даступнасці для турыстаў з асаблівымі патрэбамі (Верхні горад, кварталы каля чыгуначнага вакзалу). Для дадзеных заняткаў выкарыстоўваецца крэсла-вазок, а таксама прыстасаванні для таго, каб закрыць вочы. Падчас занятку мадэлюецца сітуацыя, у якой кожны студэнт мае магчымасць адчуць сябе ў двух ролях: турыста з інваліднасцю і таго, хто яго суправаджае, і адпаведна прааналізаваць, з якімі складанасцямі і бар'ерамі яны сутыкнуцца падчас прагулянкі. Маршрут умоўных турыстаў з праблемамі руху ўключае ходнікі, пераходы, кафэ, хостэлы, крамы, падыходы да інфармацыйных стэндаў. Некаторыя аб'екты маюць пандусы, якія студэнты могуць пратэставаць. Умоўным турыстам з праблемамі зроку прапануецца прайсціся па лесвіцы, пазнаёміцца навобмацак са скульптурамі і г. д. Апроч таго, пасля заканчэння навучальнага эксперыменту студэнты дадаткова аналізуюць некалькі суседніх вуліц на наяўнасць элементаў даступнасці. На наступным аўдыторным занятку адбываецца рэфлексія па выніках семінара ў горадзе, аналізуюцца асноўныя вывады і назіранні студэнтаў [1, с. 28].

Іншым фарматам выязнога практычнага занятку выступае адукацыйны квэст, у межах якога студэнты ў малых групах атрымліваюць схему з пэўным кварталам Мінску, і іх задачай з'яўляецца пошук элементаў даступнасці ў чатырох асноўных катэгорыях: фізічнае асяроддзе, транспарт, інфармацыя, паслугі. Знойдзеныя элементы неабходна пазначыць на схеме і сфатаграфавать. На наступным аўдыторным занятку кожная група прэзентуе знойдзеныя элементы, адбываецца сумесны аналіз іх даступнасці і рэфлексія па выніках квэста.

У якасці яшчэ адной формы выязных заняткаў ў 2021/22 навучальным годзе аўтарам было арганізавана наведванне Цэнтру крэатыўных рашэнняў “Нябачны свет” [5], дзе студэнты ўдзельнічалі ў трэнінгу ў поўнай цемры,

які паказвае свет вачыма людзей з праблемамі зроку і дазваляе зразумець, як абслугоўваць такіх турыстаў.

Яшчэ адзін кірунак практычнага плану – запрашэнне на заняткі спецыялістаў-практыкаў, што займаюцца пытаннямі даступнасці і інклюзіі. Напрыклад, у 2021/22 навучальным годзе ў межах акрэсленых вышэй дысцыплін прайшлі заняткі з удзелам прадстаўнікоў Мінскай абласной арганізацыі ГА “Беларускае таварыства інвалідаў па зроку” і ГА “Беларускае таварыства глухих”. Дадаткова ў межах тыдня навукі (27 красавіка 2022 г.), што праводзіцца штогод на факультэце міжнародных адносін БДУ, была арганізавана лекцыя – знаёмства з жэставай мовай, спікерам на якой выступіла дацэнт кафедры карэкцыйна-развіццёвых тэхналогій БДПУ Русаковіч Ірына Кузьмінічна. Непасрэдныя сустрэчы з людзьмі з інваліднасцю, што працуюць у дадзеных арганізацыях, – гэта шлях да зняцця бар’ераў у камунікацыі, руйнавання стэрэатыпаў і асваення практычных навываў ўзаемадзеяння з людзьмі з асаблівымі патрэбамі.

Важную ролю ў засваенні атрыманых ведаў на практыцы грае заданне, якое прадугледжвае непасрэднае даследаванне з боку студэнтаў даступнасці канкрэтнага турыстычнага аб’екта. Напачатку падчас аўдыторнага занятку разбіраецца метадалогія правядзення ацэнкі, вывучаюцца неабходныя інструменты (анкеты для аналізу). Пасля студэнты ў парах выбіраюць пэўны аб’ект у Мінску або ў іншым горадзе, наведваюць яго, праводзяць неабходныя вымярэнні, аналізуюць атрыманыя вынікі і па ім прэзентуюць свой праект, які ўключае ў тым ліку рэкамендацыі па паляпшэнні ўзроўню даступнасці адпаведнага аб’екту [1, с. 28]. За перыяд выкладання дысцыпліны (2016–2022 гг.) студэнтамі быў праведзены аналіз даступнасці больш як 70 турыстычных аб’ектаў Мінска, сярод якіх былі музеі, гатэлі, аб’екты харчавання (рэстараны, кафэ, бары), гандлёвыя цэнтры, сувенірныя крамы, культурныя прасторы, зялёныя зоны. Падчас выканання дадзенага задання студэнты непасрэдна кантактуюць з уласнікамі альбо адміністратарамі аб’ектаў, абазначаюць існуючую праблему, тлумачаць важнасць такога аналізу, паказваюць недахопы існуючай інфраструктуры, часам кантактуюць з непасрэднымі карыстальнікамі з асаблівымі патрэбамі [1, с. 28]. У межах магістратуры студэнтам прапануецца падобнае заданне: правесці самастойны аналіз даступнасці канкрэтнага мерапрыемства і прапанаваць рэкамендацыі па яе паляпшэнні на аснове засвоенага матэрыялу. Дадатковым плюсам выступае англійская мова выкладання навучальнай дысцыпліны ў межах магістратуры, што дае магчымасць навучэнцам больш грунтоўна прааналізаваць замежны досвед.

У структуры ўсіх акрэсленых дысцыплін значную ролю грае блок праэтыкет узаемадзеяння з людзьмі з інваліднасцю. У межах гэтага тэматычнага

блоку студэнты засвойваюць ключавыя падыходы да камунікацыі з людзьмі з інваліднасцю, заснаванай на роўнасці і павазе да ўсіх. Разбіраюцца ключавыя памылкі, аналізуюцца эфектыўныя спосабы камунікацыі, прапануюцца канкрэтныя фармулёўкі і тэрміны.

Неабходна падкрэсліць, што апісаныя вышэй формы заняткаў не толькі дазваляюць студэнтам засвоіць тэарэтычныя і практычныя веды ў забеспячэнні інклюзіўнасці і даступнасці турызму для ўсіх, але і ўплываюць на магчымыя стэрэатыпы ў дачыненні да людзей з інваліднасцю. Пасля завяршэння курсу студэнты лепей усведамляюць колькасць перашкод на шляху турыстаў з асаблівымі патрэбамі, бо маюць магчымасць на ўласным прыкладзе сутыкнуцца з імі, паглядзець на сітуацыю з пазіцыі чалавека з інваліднасцю.

Апроч акрэсленых навучальных дысцыплін, пытанні развіцця інклюзіўнага турызму актыўна падымаюцца ў межах дзейнасці Студэнцкай навукова-даследчай лабараторыі (СНДЛ) “Інавацыйныя тэхналогіі ў турызме”, якая была створана пры кафедры міжнароднага турызму ФМА БДУ ў 2013 г. За высокія дасягненні СНДЛ была вызначана адной з лепшых у БДУ ў намінацыі “Навукова-даследчая і іннавацыйная дзейнасць” у 2016–2020 гг. [1, с. 28].

Сярод даследчых ініцыятыў і праектаў СНДЛ, накіраваных на прасоўванне інклюзіі ў турызме, можна выдзеліць наступныя:

- стварэнне відэароліку пад назвай “Турызм для ўсіх?”, мэтай якога было прыцягненне ўвагі студэнцкай моладзі да пытанняў даступнасці турызму для ўсіх патэнцыйных карыстальнікаў (2016 г.);
- даследаванне ступені гатоўнасці турыстычнага рынку Беларусі да ўкаранення інклюзіўных падыходаў, на аснове якога былі апублікаваны навуковыя артыкулы, а таксама распрацаваны прапановы па развіцці інклюзіўнага турызму ў Беларусі, што былі накіраваны ў адрас Міністэрства спорту і турызму Рэспублікі Беларусь (2017 г.);
- мерапрыемствы, прысвечаныя пытанням развіцця інклюзіўнага турызму ў Беларусі (круглыя сталы, адкрытыя дыскусіі, лекцыі, вебінары).

У 2021/22 навучальным годзе на кафедры міжнароднага турызму быў рэалізаваны групувы навучальны праект “Стварэнне навучальных матэрыялаў у відэафармаце для студэнтаў спецыяльнасці «Менеджмент у сферы міжнароднага турызму» з мэтай вывучэння асноваў жэставай мовы, неабходных для камунікацыі з людзьмі з праблемамі слыху ў сферы турызму”. Яго рэалізацыю ажыццяўляла група студэнтаў 1-га і 2-га курсаў (агулам 9 чалавек) пад кіраўніцтвам выкладчыкаў кафедры ў цесным ўзаемадзеянні з прадстаўнікамі Беларускага таварыства глухіх.

Ідэя стварэння відэаразмोўніка для сферы турызму ўпершыню была агучана ў 2019 г. у межах рэспубліканскага семінара для прадстаўнікоў турыстычнай індустрыі па пытаннях развіцця інклюзіўнага турызму ў Беларусі, які быў ар-

ганізаваны Міністэрствам спорту і турызму Рэспублікі Беларусь сумесна з Беларускім дзяржаўным універсітэтам на базе факультэта міжнародных адносін. У лістападзе 2021 г. пачалася непасрэдная рэалізацыя праекту. На першым этапе была распрацавана канцэпцыя навучальнага анлайн-курса па асновах жэстай мовы ў сферы турызму, прайшлі працоўныя сустрэчы з прадстаўнікамі Беларускага таварыства глухіх. На гэтым этапе быў складзены спіс словаў і фраз, што актуальныя для сферы турызму, які быў падзелены на асобныя тэматычныя блокі. Наступным этапам былі здымкі відэаролікаў з перакладам азначаных словаў і фраз на жэставую мову. 11 траўня 2022 г. праект быў прэзентаваны ў межах круглага стала “Падвышэнне інклюзіўнасці вышэйшай адукацыі: жэставая мова ў адукацыйным працэсе”, што быў арганізаваны факультэтам міжнародных адносін БДУ сумесна з Беларускім таварыствам глухіх.

На аснове відэаролікаў быў створаны анлайн-курс на платформе edufir.bsu. бу пад назвай “Асновы жэстай мовы для камунікацыі з людзьмі з праблемамі слыху ў сферы турызму” [6]. У межах курса студэнты маюць магчымасць пазнаёміцца з дактыльным алфавітам, этыкетам узасмадзяння з людзьмі з праблемамі слыху, даведацца болей пра Беларускае таварыства глухіх. Асноўны блок прадстаўляе навучальныя відэа ў межах наступных тэматычных блокаў:

- Базавая лексіка (вітанні, ветлівыя словы і звароты і г. д.).
- Агульная турыстычная лексіка.
- Турыстычныя аб’екты і паслугі (гатэлі, санаторыі, музеі, мора, адпачынак каля вады, рэстараны, дзелавы турызм).
- Афармленне дакументаў (візы, пашпарт, страхоўка).
- Транспарт (аэрапорт, вакзал, трансфер, пакупка квітоў).
- Дадатковыя раздзелы (бяспека, медыцына, сацыяльныя сеткі).
- Тэматычныя дыялогі (з прыкладамі выкарыстання словаў і фраз з папярэдніх відэа).

Дадаткова ў межах курса размешчаныя спасылкі на карысныя рэсурсы па тэме, а ў перспектыве плануецца дапоўніць курс заданнямі для самастойнай праверкі ведаў. Курс будзе адкрытым для ўсіх студэнтаў БДУ незалежна ад спецыяльнасці, а таксама матэрыялы курсу будуць выкарыстоўвацца ў навукальным працэсе кафедры міжнароднага турызму.

Аднак уключэнне пытанняў, звязаных з даступнасцю і інклюзіяй у турызме, у падрыхтоўку турыстычных кадраў на ўзроўні вышэйшай адукацыі з’яўляецца толькі адным з неабходных элементаў. Для больш поўнага ахопу розных прадстаўнікоў сферы турызму навучаннем па тэме інклюзіі ў турызме неабходны комплексны падыход, які павінен уключаць такія кірункі, як:

- пашырэнне досведа БДУ ў падрыхтоўцы спецыялістаў у сферы турызму з улікам пытанняў інклюзіі і даступнасці на іншыя ўстановы вышэйшай адукацыі, дзе ёсць турыстычныя спецыяльнасці;

- укараненне падобных навучальных дысцыплін у сістэму сярэдняй спецыяльнай адукацыі, дзе рыхтуюцца спецыялісты для сферы турызму;
- уключэнне пытанняў правядзення інклюзіўных экскурсій ў сістэму падрыхтоўкі экскурсаводаў, што патрабуе распрацоўкі метадыкі правядзення такіх экскурсій;
- распрацоўка сістэмы падвышэння кваліфікацыі для спецыялістаў сферы турызму па пытаннях абслугоўвання турыстаў з асаблівымі патрэбамі.

Рэалізацыя такога комплекснага падыходу дазволіць у найбольшай ступені паспрыць росту інклюзіўнасці і даступнасці беларускага турызму для ўсіх патэнцыйных турыстаў.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Барысенка-Клепач, Н. М. Выхаванне грамадзянскай ініцыятывы праз даследаванне развіцця інклюзіўнага турызму ў Беларусі / Н. М. Барысенка-Клепач // Вышэйшая школа. – 2019. – № 3 (131). – С. 26–30.
2. Барысенка-Клепач, Н. М. Практыка арганізацыі інклюзіўнага турызму № УД-3947/навуч : навуч. праграма для спец. 1-26 02 02 “Менеджмент (па накірунках)”, 1-26 02 02 06 “Менеджмент (у сферы міжнароднага турызму)” [Электронны рэсурс] / Н. М. Барысенка-Клепач // Электронная бібліятэка БДУ. – Режим доступу: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/174221>. – Дата доступу: 20.11.2017.
3. Борисенко-Клепач, Н. М. Инклюзивные подходы в организации массовых мероприятий № УД-6789/уч. : учеб. программа для спец. 1-26 80 04 «Менеджмент». Профилизация: «Менеджмент массовых событийных мероприятий» [Электронный ресурс] / Н. М. Барысенка-Клепач // Электронная библиотека БГУ. – Режим доступа: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/233642/1/Inklyuziv_Profilizats_%5bya.pdf. – Дата доступа: 02.03.2020.
4. Барысенка-Клепач, Н. М. Інклюзіўны турызм № УД-10143/навуч. : навуч. праграма установы вышэйшай адукацыі па навуч. дысцыпліне для спец. 1-26 02 02 “Менеджмент (па накірунках)”.
5. Центр креативных решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://invisible-world.by/>. – Дата доступа: 02.03.2022.
6. Основы жестового языка для коммуникации с людьми с проблемами слуха в сфере туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edufir.bsu.by/course/view.php?id=2399>. – Дата доступа: 02.03.2022.

МОТИВАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Базовыми, в том или ином смысле аксиоматическими положениями, на которых строится данная статья, являются:

1) какие-либо действия человек совершает под воздействием тех или иных мотивов, которые формируются и поддерживаются у него под влиянием множества факторов;

2) мотивы поведения человека (в том числе трудового поведения) весьма разнообразны и взаимозависимы. В силу их множественности проанализировать степень и механизм влияния каждого из них на поведение человека не представляется возможным;

3) в разных обстоятельствах, в разное время человек осознанно или неосознанно принимает решение о совершении определенного поступка (например, отправиться на экскурсию) под воздействием разных мотивов;

4) мотивацию, применительно к отрасли туризма, целесообразно рассматривать в двух аспектах:

- мотивы поведения туриста-экскурсанта, выбирающего тот или иной маршрут;

- мотивы трудового поведения работников сферы туризма;

5) из всего разнообразия видов туристических продуктов внимание в настоящей статье уделено только одному из них – организованные однодневные или многодневные поездки (экскурсии), осуществляемые в автобусе в сопровождении гида;

6) основными функциями сопровождающего гида являются:

- проверка туристических путевок и посадка туристов в автобус;
- ведение всего экскурсионного маршрута и подача туристам обширной информации обо всем, что видно за окном автобуса;
- связь с экскурсоводом на месте прибытия (если это предусмотрено, в противном случае сопровождающий гид ведет экскурсию сам);
- решение организационных вопросов, касающихся пересечения государственных границ (если поездка зарубежная), организации питания на маршруте, определения свободного времени туристов и т. д.;
- обсуждение (уточнение) с водителем автобуса маршрута следования;
- расселение туристов в отелях при многодневных поездках;
- профилактика возможных конфликтов в туристической группе и поддержание в ней позитивного настроения;

7) для успешного выполнения названных и многих других функций сопровождающий гид, как минимум, должен:

- быть хорошим стрессоустойчивым организатором и психологом;
- обладать чувством юмора и широкой эрудицией;
- сочетать в себе положительное отношение к людям, вежливость

и мягкую требовательность;

- обладать приятным голосом, грамотной речью и хорошей дикцией;

8) наиболее значимыми мотивами выбора человеком того или иного экскурсионного маршрута являются:

- поддерживающий мотив причастности (социальный мотив): «я еду “за компанию”, почему бы не укрепить позитивные отношения с хорошими людьми и не провести с ними свободное время»;

- проактивный мотив причастности, когда человек отправляется в экскурсионную поездку в надежде завести новые знакомства с интересными людьми. Здесь можно вспомнить героиню фильма «Москва слезам не верит» в исполнении блистательной Ирины Муравьевой. Ее героиня Людмила ходила в Ленинскую библиотеку в надежде познакомиться с перспективным молодым ученым или на кладбище с целью познакомиться с состоятельным и еще не старым вдовцом;

- не очень понятный, но существующий у достаточно большого числа людей мотив «стремления к горизонту», благодаря которому человек, в принципе, сумел расселиться по всей земле, что не смог сделать ни один другой вид животного. Именно этот мотив побуждал человека покидать земли предков, предпочитая уход в неведомое борьбе со своими соплеменниками за территорию и еду. Хотя последнего в истории человечества было более чем достаточно. В современном бизнесе такое поведение называется стратегией голубого океана [1]. Заключается она в том, что бизнес тратит свои ресурсы и энергию не на конкурентную борьбу в красном, кровавом океане, а на поиск или создание свободных ниш, где определенное время можно обходиться без конфликтов и столкновений. Конечно, у разных людей мотив «стремления к горизонту», как и любой другой мотив, развит в разной степени. Если он развит слабо, то человек предпочитает отдых на даче, в санатории, на пляже у теплого моря. При очень сильном развитии человек стремится к в том или ином смысле экстремальному отдыху вдали от цивилизации. И дело не в расстройстве, а в оторванности от привычного комфорта. Те, у кого этот мотив имеет среднее развитие, предпочитают автобусные экскурсии с ночевкой в приличной гостинице или дома. Это позволяет «заглянуть за горизонт», узнать что-то новое, практически не испытывая бытового дискомфорта;

- мотив престижа (уважения), который выражается в желании человека получить признание своих поступков со стороны знакомых (коллег по работе, соседей) и близких. Ведь так замечательно оказаться в центре внимания,

рассказывая о своих поездках и демонстрируя свои фотографии на фоне... Здесь, правда, стоит отметить, что в доковидные времена туристические поездки граждан Республики Беларусь не были чем-то экзотическим. Согласно [2] в 2019 г. более двух миллионов граждан нашей страны совершали те или иные туристические поездки за границей или по территории Беларуси. Поэтому удивлять других людей своей фотографией на фоне какой-либо всемирной или местной исторической достопримечательности все сложнее;

- мотив самоуважения (возможно, самоутверждения), который находит свое отражение в получении человеком позитивных эмоций от осознания того, что он может финансово обеспечить и организовать свободное время (например, в отпуске) своих близких и свое таким образом, чтобы оно было затрачено на отдых, интеллектуальное и эмоциональное развитие, а не на решение материальных и бытовых проблем;

- мотив «стремление к красоте», выражающийся в стремлении человека получать позитивные эмоции от созерцания воочию, не на фотографиях и репродукциях рукотворные и нерукотворные красоты окружающего мира.

Таким образом, в экскурсионном автобусе оказываются люди: разных возрастов; с разными представлениями об окружающем мире, происходивших и происходящих в нем событиях; с разными мотивами участия в экскурсионной программе. Существование этих различий должен учитывать работающий с туристами сопровождающий гид при реализации вышеуказанных функций. Особенно это важно в многодневных поездках. На его трудовое поведение влияет множество существующих у него мотивов, основными (ведущими) среди которых являются следующие.

1. Мотив обеспечения, выражающийся в стремлении человека обеспечить материальное благополучие самого себя и своей семьи. С точки зрения работодателя – это ориентация гида на заработок. Для любого человека этот мотив, безусловно, очень важен. Ведь именно ради заработка, а не чего-то другого, человек устраивается на работу. Но, анализируя финансовые вознаграждения, которые гид получает за свой труд, необходимо учитывать следующие моменты:

1) для человека важны не деньги сами по себе, а тот объем материальных и духовных благ, которые он может за них приобрести;

2) все больше людей, и грамотные сопровождающие гиды здесь не исключение, приходят к выводу, что заработная плата – это промежуточный этап превращения их времени, компетенций, энергии, возможно, здоровья в необходимые им блага. Поэтому человек оценивает не получаемую им заработную плату, а соотношение:

$$\frac{\text{заработная плата}}{\text{затраченное время и усилия}};$$

3) при всей своей важности заработная плата является достаточно слабым мотиватором по следующим причинам:

- парадокс Ричарда Истерлина утверждает, что после достижения человеком определенного уровня и качества жизни увеличение его доходов не приводит к соответствующему увеличению ощущения им собственного благополучия [3]. С практической точки зрения это означает, что после достижения определенного уровня благосостояния у человека пропадает желание наращивать свою результативность (больше работать) для его увеличения. Хотя, если вспомнить теорию предельной полезности, то парадокса здесь особого нет;

- далеко не все сопровождающие гиды знают, что они должны сделать для увеличения получаемой ими заработной платы. За исключением стремления сопровождать большее количество групп. Но это экстенсивный, а не интенсивный путь увеличения заработка, имеющий два естественных ограничения: а) человек, при всем его желании, даже в ущерб собственному здоровью, не может работать более 30 (31) дней в месяц; б) величина туристического потока в гораздо большей степени зависит от экологических, политических, экономических и других факторов, чем от усилий отдельного гида.

2. Мотивы стабильности, которые выражаются в стремлении людей иметь:

- постоянное место работы, постоянный, пусть и небольшой, заработок, что очень важно в период различных экономических потрясений. Вопрос о том, что лучше: быть сопровождающим гидом, зарабатывая относительно хорошие деньги в туристический сезон и чем-то заниматься в межсезонье, или экскурсоводом в музее со стабильным небольшим заработком, практически не зависящим от туристического сезона, каждый человек решает сам в зависимости от личностных предпочтений;

- чувство уверенности, что они смогут найти новое место работы, если с ними в организации или с самой туристической организацией что-нибудь случится. Главное здесь избежать эффекта **Даннинга – Крюгера** [4]. Его суть заключается в том, что у людей с низкой квалификацией оценка собственных компетенций и собственной значимости обычно завышена. Поэтому они не боятся принимать решения, не осознавая их последствий. Например, они могут легко уйти от работодателя, считая, что уж кто-кто, а они работу найдут всегда. Люди с высокой квалификацией, напротив, считают свои компетенции ограниченными, понимая, что в мире, в том числе в их профессиональной области, существует множество знаний, которыми они не владеют. Поэтому они часто занижают собственную оценку и не любят принимать кардинальных решений на работе и в жизни.

3. Мотивы страха, которые являются продолжением и обратной стороной мотивов стабильности. Они выражаются в боязни человека потерять работу,

получить какие-либо материальные или моральные наказания. Конечно, мотив страха очень сильный. Но под его воздействием человек может совершать действия, только регламентированные какими-либо документами, ведь с их помощью эти действия можно оправдать, если к получаемым результатам у кого-нибудь будут какие-либо претензии. Соответственно, если мотив страха будет ведущим у сопровождающего гида, то поездка с ним будет достаточно унылой. Все будет правильно, но очень скучно.

4. Мотив причастности, выражающийся в желании сопровождающего гида иметь позитивные отношения как с коллегами по работе, так и с экскурсантами. Для последних это хорошо при наличии двух условий:

- экскурсионная поездка занимает не более двух дней (слушать веселые истории от одного человека дольше для многих людей достаточно сложно);
- туристы не очень требовательны к получаемой от гида информации о местах, через которые они проезжают, предпочитая красивые легенды с элементами юмора реальным историческим фактам.

5. Мотив призвания, который связан со стремлением человека реализовать свои профессиональные и мягкие компетенции в процессе трудовой деятельности. Эти мотивы отражаются в желании работника заниматься интересным для него делом, когда сама работа приносит ему моральное удовлетворение. С течением времени этот мотив перерастает в мотив профессиональной гордости, не позволяющий человеку некачественно делать свою работу, сколько бы ему за это не платили. Для сопровождающего гида наличие этого мотива очень важно по следующим причинам:

- без его наличия человеку сложно состояться в любой профессии, а в профессиях творческих, предполагающих постоянные контакты с людьми, это вообще невозможно. Ведь регулярное общение с большим количеством людей – это всегда стресс. И если гид не получает эмоционального удовольствия от выполняемой им работы, то эмоциональное выгорание наступает очень быстро;
- экономические спады и подъемы – неизбежная часть жизни любой страны, и туристическая отрасль на кризисы всегда реагирует весьма болезненно. Если у человека падают доходы, то он скорее откажется от экскурсионных поездок, чем будет ограничивать себя в еде. Поэтому заработная плата гидов от сезона к сезону может колебаться весьма значительно. Но качество оказываемых ими туристических услуг не должно от этого страдать, и именно мотив призвания лежит в основе обеспечения этого качества.

6. Мотив признания (престижа), который выражается в стремлении человека получить некие атрибуты признания и одобрения результатов своего труда и личностных качеств со стороны коллег, руководства, клиентов, родственников и знакомых, общества в целом. Для сопровождающих гидов в качестве таких атрибутов могут выступать:

- наличие определенного, пусть и неформального, статуса (например, высококвалифицированного специалиста) в туристической организации, в профессиональном сообществе, среди туристов. Правда, для приобретения такого статуса мало быть действительно хорошим гидом. Нужно еще популяризировать (продавать) себя в социальных сетях, активно участвовать в профессиональных собраниях (конкурсах, выставках, конференциях и т. д.);

- простое «спасибо», которое гид получает от туристов в конце поездки. Конечно, лучше, если это «спасибо» еще дублируется в социальных сетях, на сайте туристической компании;

- знаки признания руководством организации и профессиональным сообществом. Это могут быть различные грамоты, дипломы и т. д. Что бы о них не говорили, но при их грамотном использовании это достаточно хороший мотиватор.

7. Мотив независимости, который выражается в стремлении человека к тому или иному самоуправлению. Для сопровождающего гида этот мотив очень важен. Понятно, что он должен давать комментарии, имеющие отношение к маршруту следования туристической группы, а не рассуждать о мировых проблемах. Но то, как он это делает, какие расставляет акценты, никем не регламентируется и зависит только от него, позволяя проявлять творческую свободу.

Список использованных источников

1. Ким, Ч. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / Ч. Ким, Р. Моборн. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 304 с.
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / И. В. Медведева [и др.]. – Минск : Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, 2020. – 30 с.
3. Парадокс Истерлина [Электронный ресурс] // Экономика в деталях. – Режим доступа: <https://popecon.ru/240-paradoks-isterlina.html>. Дата доступа: 24.07.2022.
4. Что такое эффект Даннинга-Крюгера? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/life/138656-chto-takoe-effekt-danninga-kryugera>. Дата доступа: 24.07.2022.

Бушуева И. В.,
доктор экономических наук, профессор,
директор Высшей школы туризма и гостеприимства
ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА: НОВАЦИИ И ОПЫТ РГУТИС

Современный этап развития туризма в Российской Федерации характеризуется активизацией внимания к нему со стороны Правительства и придания ему статуса одной из ведущих отраслевых составляющих национальной экономики. Еще в 2015 г. Президент РФ Владимир Путин на заседании президиума Государственного совета, проведенного в ходе рабочей поездки в Крым и посвященного развитию внутреннего и въездного туризма в России, отметил, что «... при грамотном, заинтересованном, современном подходе у нас есть все возможности для превращения туризма в конкурентоспособную, эффективную отрасль российской экономики...». В настоящее время стратегическая линия развития внутреннего и въездного туризма как мультипликатора отраслей региональных и национальной экономик переходит на новый качественный виток [5, с. 26].

В целях формирования кадрового потенциала в соответствии с поставленными Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утвержденной в сентябре 2019 г. [1], и Национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства» стратегическими ориентирами одной из важнейших мер по совершенствованию кадрового обеспечения развития туризма в Российской Федерации является совместная разработка профессиональными объединениями, бизнесом и образовательными организациями концепции кадрового обеспечения развития туризма с определением системных подходов к формированию и развитию кадрового потенциала, в том числе дальнейшее совершенствование образовательных стандартов в индустрии рекреации и туризма с учетом региональных особенностей, внедрение практико-ориентированной модели обучения при формировании стандартов.

Российским государственным университетом туризма и сервиса (РГУТИС), ведущим высшим учебным заведением России, исторически осуществлявшим подготовку кадров для национальной туриндустрии, еще весной 2014 г. была поставлена задача переориентировать реализуемые образовательные программы в практико-ориентированное русло. На тот момент это было инновационное, практически революционное решение, опережавшее нормативно-законодательное сопровождение образовательного процесса.

Действовавшие на тот момент Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС ВПО) третьего поколения, утвержденные в 2009 г., все еще достаточно жестко регламентировали состав и структуру образовательных программ, выделяя практике всего от 12 до 15 зачетных единиц (ЗЕТ)¹ при общем объеме программы в 240 ЗЕТ, что для целей практико-ориентированного обучения явно недостаточно. Кроме того, эти стандарты представляли собой некий переходный вариант от предыдущего поколения государственных образовательных стандартов (ГОСов) и явно несли на себе их отпечаток в виде закрепления дисциплин базовой части и части навыков и умений внутри компетенций. Такой подход не давал возможности гибко реагировать на запросы туристского рынка в части компетентности выпускников. Только летом 2015 г. были приняты и введены в действие новые Федеральные образовательные стандарты высшего образования так называемые ФГОС 3+, которые подтвердили правильность выбранного РГУТИС вектора.

Введение ФГОС 3+ новой системы уровней квалификаций выпускников образовательных учреждений (специалист среднего звена по специальностям «Туризм» и «Гостиничный сервис», а также прикладной бакалавр, академический бакалавр и магистр по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело») при отсутствии утвержденных профессиональных стандартов еще более затруднило понимание вопроса соответствия квалификации выпускников учебных заведений, готовящих кадры для индустрии туризма, требованиям работодателей. Трудовое законодательство, образовательные учреждения и практики туристского и гостиничного бизнеса до настоящего момента не всегда оперируют единой терминологией в обозначении профессий и квалификаций персонала, а также понимании содержания соответствующих трудовых функций. В более острой форме эта проблема проявляется в отношении кадров турфирм, в меньшей степени она характерна для персонала средств размещения [4, с. 193].

Адекватным ответом на требования рынка труда в части обеспечения сферы туризма и ее инфраструктуры молодыми, активными, но при этом высокопрофессиональными кадрами стало действительно практико-ориентированное построение процесса обучения будущих работников турбизнеса и индустрии гостеприимства и непосредственное активное участие ее представителей в формировании запроса на компетенции выпускника и в его подготовке. В связи с этим основными задачами современного этапа интеграции туристского образования и индустрии туризма как сферы профессионального приложения освоенных в учебном заведении компетенций стали искоренение необходимости «доучивания» выпускников под потребности реального

¹ ЗЕТ равна 30–36 академическим часам.

бизнеса и замещение теоретических, плохо применяемых на практике знаний действительно полезными и необходимыми при создании, продвижении и реализации туристского продукта навыками и умениями [3, с. 6].

Решение вышеуказанной проблемы, на наш взгляд, заключается в следующем: сочетание серьезной теоретической профессиональной подготовки и системного освоения практических навыков на всем протяжении обучения в постоянном контакте с представителями туристских и гостиничных предприятий. Только такой подход может обеспечить необходимое качество подготовки кадровых ресурсов для туристской сферы. Кроме того, при разработке образовательной программы и ее содержательного наполнения в виде дисциплин и/или модулей нужно уйти от традиционной подачи материала. Необходимо иметь в виду, что теоретические знания, которые должны получать студенты туристских вузов, не могут быть оторваны от профессиональной сферы. Любая дисциплина, включаемая в учебный план, должна опираться на фактологический или ситуационный материал, непосредственно связанный с индустрией туризма как будущей сферой профессиональных интересов выпускника. Это исключает ситуацию, когда студент или выпускник туристского вуза, обладая обширным массивом знаний из разных областей естественных и гуманитарных наук, традиционно связываемых с туризмом, не в состоянии обобщить их и преломить к использованию в профессионально-практической деятельности.

Ключевыми и достаточно инновационными для российской системы туристского образования идеями, реализуемыми Российским государственным университетом туризма и сервиса как ведущим высшим учебным заведением по подготовке кадров для индустрии туризма и гостеприимства, на тот момент стали следующие.

1. Любая образовательная программа туристского/гостиничного профиля в обязательном порядке должна включать в себя общесистемные компетенции, овладение которыми обеспечивает подготовку психологически и профессионально гибкого «коммуникатора» потребителя и поставщика туристской услуги, такие как способность к организации коммуникационного процесса с потребителем услуг, готовность к инновациям в профессиональной сфере, владение технологиями продаж и др.

2. Доля чисто теоретического обучения должна быть разумно минимизирована за счет концентрации на ключевых знаниях и обучении самообучению, при этом уменьшение числа специальных дисциплин не должно означать сокращение объема зачетных единиц на их освоение. Последовательность и содержание специальных туристских дисциплин и дисциплин, направленных на овладение общесистемными компетенциями, необходимо выстраивать по принципу преемственности и развития знаний, умений и навыков на всем протяжении обучения.

3. Условия получения теоретических знаний и практических навыков должны быть максимально приближены к реальной ситуации в индустрии туризма и гостеприимства. Данная установка может быть реализована в двух средах: реальная среда – базовые кафедры и базы прохождения практик на ведущих предприятиях отраслевых составляющих индустрии туризма, имитационная среда – специализированная лабораторная база внутри вуза.

Необходимо отметить ярко выраженную специфику организации практической подготовки кадров для турфирм и для средств размещения, так как далеко не все подходы применимы и в первом, и во втором случае. Имеющийся опыт попыток получения серьезных профессиональных навыков студентами, обучающимися по образовательным программам направления «Туризм», во время прохождения учебной и производственной практики в традиционной форме – на действующих предприятиях, зачастую не дает желаемого эффекта. Если студент не имеет четкого представления обо всех производственных обязанностях, которые ему предстоит выполнять во время прохождения практики в туристской фирме (турагент или туроператор), не полностью владеет спецификой конкретного вида деятельности, то получить эти навыки на предприятии практически невозможно, так как большинство турагентов и тем более туроператоров не могут позволить себе отвлекать персонал от выполнения прямых обязанностей в целях обучения практикантов. Более продуктивным методом является совмещение практики с выездными стажировками в высокие сезоны, так как студент получает возможность достаточно длительный период находиться в реальной профессиональной среде и отрабатывать определенные профессиональные умения. Однако при таком подходе студент, как правило, задействуется на достаточно узком наборе функций и не получает полного спектра практических навыков.

Опыт Российского государственного университета туризма и сервиса показывает, что правильная организация и развитие «имитационной среды» обучения дает возможность решить проблему материально-технической базы прохождения практики и полноценного освоения основных профессиональных навыков. Так, на основе специализированных лабораторий Центра коллективного пользования РГУТИС было создано «квазипредприятие» туроператорского профиля, позволяющее организовать полный цикл прохождения практики систематически в течение семестра параллельно с теоретической подготовкой – Мастерская туризма Елены Силиной [4, с. 195]. Наличие в вузе специализированной материально-технической базы не является единственным условием реализации практико-ориентированного обучения. Оно возможно только в случае, если к проведению практики привлечен действующий работник отрасли не ниже уровня руководителя среднего звена, который, продолжая вести практическую деятельность, отрабатывает со студентами в ус-

ловиях «квазитурфирмы» весь спектр необходимых навыков согласно реальным требованиям действующего предприятия к своим сотрудникам, начиная от умения одеться по дресс-коду и организовать рабочее место в соответствии с корпоративным стилем и заканчивая работой со специализированными программными продуктами и системами и др. [3, с. 6].

В минимальный перечень профессиональных умений, осваиваемых студентами при таком подходе к проведению практики, входят: навыки создания туристского продукта, включая умение выбора услуг проживания, транспортных, страховых, визовых услуг, услуг принимающей стороны; навыки продвижения турпродукта на туристском рынке; практические навыки для менеджера турагентства сегмента B2C: персональное ведение клиента, бронирование, выбор экскурсий, работа с документами; практические навыки для менеджера туроператора сегмента B2B: заключение договоров, ведение переговоров с партнерами, участие в ярмарках и семинарах, умение оперативно решать различные проблемы и др.

В рамках «квазипредприятия» также могут быть смоделированы условия деятельности рабочего подразделения турфирмы, позволяющие во время практики имитировать близкую к реальной психологическую среду и функциональное распределение должностных обязанностей при осуществлении реальных технологических процессов деятельности туроператорской и турагентской фирм [3, с. 7]. В РГУТИС был начат такого рода образовательный «эксперимент», итогом которого должна была стать масштабная имитационная игра «Туристская выставка» для студентов 1, 2 и 3-го курсов программ бакалавриата по направлению «Туризм» с привлечением студентов смежных направлений – «Гостиничное дело» и «Менеджмент». Данное мероприятие должно было проходить в рамках промежуточной аттестации по учебной (для студентов 2-го курса) и производственной (для студентов 3-го курса) практике. Оно должно было носить открытый характер и проводиться с приглашением представителей туроператорской и турагентской сфер с целью получения ценной информации об успешном или, наоборот, негативном результате эксперимента. Суть игры – максимально приближенная к реальной ситуации имитация профессиональной туристской выставки, в рамках которой студенты направлений «Туризм» и «Гостиничное дело» продемонстрировали результаты работы по учебной и производственной практике, пройденной в течение учебного года в университете по новой методике под руководством практического работника туристической индустрии – действующего сотрудника российского туроператора. Концепция игры-выставки: демонстрация работы и взаимоотношений между тремя группами участников туроперейтинга: клиентами – потребителями туруслуг (студенты 1-го курса); посредниками – туристическими агентствами (студенты 2-го курса); поставщиками – туроператорами и отелями (студенты 3-го

курса). Организаторами выставки выступают студенты 4-го курса направления «Туризм», для которых проект является комплексной выпускной квалификационной работой. Все участники команд играли закреплённые роли и функционал сотрудников компаний-экспонентов или турагентских компаний.

В качестве членов профессионального жюри приглашаются руководители и представители российских компаний-туроператоров, турагентских сетей, отельного бизнеса, органов управления туризмом, выставочных компаний, профильных СМИ, а также ведущие преподаватели Российского государственного университета туризма и сервиса. Опыт оказался чрезвычайно полезным и был включен в систему практической подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 «Туризм». В настоящий момент, несмотря на проблемы, вызванные пандемией коронавируса, РГУТИС готовится к проведению шестой игры-выставки, но в online-формате, по аналогии со всеми крупнейшими туристскими выставками, ушедшими в 2020 г. в виртуальное пространство.

К настоящему времени такой опыт расширен. Студенты в течение семи семестров, начиная с первого, проходят малыми группами учебную и затем производственную практику на базе Мастерской туризма ФГБОУ ВО «РГУТИС» раз в неделю по 2 академических часа. На таких практических занятиях используются теоретические знания, которые студенты получают на лекциях и семинарах, и отрабатываются совершенно конкретные практические навыки, которые востребованы в основной массе предприятий и организаций туристского профиля. При таком совмещении новой программы практик, где теоретические знания подкрепляются практическими навыками и владениями, выпускник получает практически неограниченные возможности для трудоустройства.

Задача такого инновационного метода проведения практик – подготовить бакалавра, готового к практической деятельности в туристской индустрии на базовом уровне, но в достаточно широком профессиональном поле. Дать ему попробовать отработать приобретенные навыки на практике в ситуации, максимально приближенной к реальной. Кроме того, немалую роль в подготовке играет и эмоциональная составляющая. Студент должен прочувствовать ответственность, научиться пунктуальности и точности выполнения заданий. Поэтому для обучения необходимо, во-первых, создать позитивные комфортные условия и, во-вторых, подобрать оптимальные методы обучения и проведения контрольных и аттестационных мероприятий.

Сегодняшний этап инновационного процесса перестройки учебных форматов и технологий подготовки туристских кадров в Российском государственном университете туризма и сервиса базируется на третьей модификации стандартов третьего поколения – ФГОС 3++. Они были введены в действие для укрупненной группы направлений 43.00.00 «Сервис и туризм» летом 2017 г. Данные стандарты дают еще больше возможностей мобильной адаптации образовательных про-

грамм к изменяющейся внешней среде с обязательным привлечением к этому процессу реального сектора в лице профессиональных ассоциаций, союзов, а также ведущих представителей туристского бизнеса.

Список использованных источников

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».
2. Информационно-правовой портал «ГАРАНТ.РУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/news/645543/#ixzz6DTIEOSdR>. – Дата доступа: 12.08.2022.
3. Бушуева, И. В. Инновации в туристском образовании. Прикладной бакалавр в туризме глазами РГУТИС / И. В. Бушуева // Профессиональное туристское образование: новые вызовы и возможности : тематический сб. междунар. науч.-практ. конф. – 2014. – С. 4–7.
4. Бушуева, И. В. К вопросу об организации практико-ориентированной подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства / И. В. Бушуева // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 7 (54). – С. 192–202.
5. Бушуева, И. В. Новые стратегические приоритеты развития туризма в России / И. В. Бушуева // Сервис plus. – 2019. – Т. 13. – № 4. – С. 25–33.
6. Бушуева, И. В. Инновации в туристском образовании: направление – на будущее / И. В. Бушуева, Е. Д. Силина // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2015. – Т. 9. – № 4. – С. 84–88.
7. Бушуева, И. В. О современных практико-ориентированных подходах к разработке образовательных программ подготовки магистров по направлению «Гостиничное дело» / И. В. Бушуева, Л. И. Скабеева // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2016. – Т. 10. – № 1. – С. 12–20.
8. Бушуева, И. В. Взаимодействие с рынком труда: инновационные подходы РГУТИС / И. В. Бушуева, Л. В. Сумзина // Ректор ВУЗа. – 2015. – № 1. – С. 10–11.
9. Бушуева, И. В. Учебная среда практико-ориентированной подготовки кадров для туристской индустрии в Российском государственном университете туризма и сервиса // Форсайт санаторно-курортной и туристской сферы : материалы Всеросс. семинара-конф., 12–13 дек. 2013 г. – Анапа : Анапский филиал СГУ, 2013. – С. 5–6.
10. Bushueva, I. V. Current State and Analysis of Tourism Development in Russia until 2035 / I. V. Bushueva, E. V. Yudina // Revista Inclusiones. – 2020. – Т. 7. – № S2-2. – С. 350–356.

Васильева Е. В.,
доктор экономических наук, директор центра международных
научных исследований и проектов СПбГЭУ

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ ГОСУДАРСТВ – УЧАСТНИКОВ СНГ

В настоящий момент в государствах – участниках СНГ еще не сформировалось общих требований к качеству обучения специалистов сферы туризма, несмотря на то, что потребность в шеринге персонала со стороны индустрии гостеприимства, особенно гостиничного сектора, растет [5, с. 29, 30]. На фоне возрастающей потребности в развитии новых туристических направлений на фоне новой политической поляризации актуальным в последнее время становится формирование общего туристического пространства для государств – участников СНГ, которое требует разработки системы нормативно-правового регулирования, общей стратегии позиционирования, проработки туристических продуктов на уровне ценообразования и обеспечения качества туристских услуг.

В этой связи важным становится гармонизация требований к качеству подготовки специалистов и актуализация модели туристского образования для туристического сектора экономики согласно стратегиям развития государств – участников СНГ. Россия и Киргизия имеют успешный опыт проектирования общей модели подготовки специалистов туристического сектора, основанной на концепции «обучения в течение всей жизни». Проект «Европейское измерение в квалификациях для туристического сектора экономики России и Киргизстана» можно использовать для формирования единых требований к обучению специалистов для отрасли туризма в рамках СНГ интеграции. В ходе проекта разработаны отраслевая система квалификаций, которая включает рамку квалификаций и профессиональные стандарты [1]. Отраслевая туристская рамка квалификаций структурирует требования к качеству и описывает квалификации специалистов, необходимые для работы в туристическом секторе экономики [4]. Кроме того, отраслевая квалификационная рамка позволяет построить гибкую профессиональную траекторию для формирования знаний, умений и навыков непрерывно на основе принципов практико-ориентированного обучения, используя горизонтальное и вертикальное направления развития [1]. Такой подход создает возможности овладеть набором компетенций, позволяющих специалисту построить карьеру в смежных с туризмом направлениях деятельности. [4]. Требования

к специалистам определяют и требования к стандартам предоставления услуг в секторе туризма, опосредованно влияя на формирование общей нормативно-правовой системы регулирования туристской отрасли.

При разработке методологии отраслевой рамки для туристического сектора России и Кыргызстана были приняты принципы соответствия рамочным структурам, в числе которых:

- преемственность и непрерывность развития квалификационных уровней от низшего к высшему;
- соответствие национальной системы образования и иерархии квалификационных уровней структуре разделения труда [3].

Разработанная отраслевая рамка для туристического сектора России и Кыргызстана затрагивает основные области деятельности в секторе туризма и индустрии гостеприимства:

- гостиничное дело;
- сектор общественного питания и обслуживания;
- организация и продажа туристических мероприятий и туристских услуг;
- сопровождение туров, организация экскурсий, отдыха и развлечений;
- индустрия встреч: деловой туризм, организация конгрессно-выставочных мероприятий и др.;
- развитие, управление и продвижение туристических дестинаций [3].

Содержание отраслевой рамки квалификаций для туристического сектора России и Кыргызстана для каждого квалификационного уровня дает описание совокупности умений, знаний и компетенций, которыми должен обладать специалист, обеспечивающий реализацию конкретной услуги в рамках определенного направления деятельности в туристском секторе экономики. На основе рамочного подхода были включены дескрипторы общих компетенций, умений и знаний, которые раскрываются через показатели профессиональной деятельности, а именно широта полномочий и ответственность, а также сложность деятельности [2]. Учитывая это, модель отраслевой рамки квалификаций для туристического сектора России и Кыргызстана может быть использована для гармонизации квалификационных требований государств – участников СНГ, обеспечивая сопоставимость квалификаций в туризме на отраслевом, региональном и глобальном уровнях, кроме того, она может стать основой для реализации стратегии развития рынка труда в государствах – участниках СНГ.

Отраслевая рамка для туристического сектора России и Кыргызстана позволяет разрабатывать процедуры оценки результатов обучения, сертификации и признания квалификаций. Экономика 4.0 обусловила формирование новых

видов экономической и профессиональной деятельности, новых форм организации деятельности, в том числе «проектная», «цифровая», «гибридная». Новые виды профессиональной и формы экономической деятельности потребовали изменения системы профессионального обучения, и поэтому сформировалась новая концепция обучения в течение всей жизни, включающая «формальное», «спонтанное» и «неформальное» образование [5]. Вместе с тем, еще не сформирована система признания результатов обучения знаний, полученных в течение всей жизни, особенно таких форм как «обучение на рабочем месте» и «неформальное обучение». Однако в последнее время в мире активно растет тенденция признания результатов обучения в течение всей жизни на основе системы микросертификации как формы подтверждения результатов обучения на основе микросвидетельств. Многие крупные компании, в числе которых Google, Penguin Random House и Apple, уже не требуют от работников вузовских дипломов. По данным офиса Эразмус +, в России в настоящее время обучение в течение всей жизни перестает быть только концепцией, а становится потребностью реальной жизни. В рамках этой реальности растет важность и значимость неформального и спонтанного обучения (самообучения) и признания результатов этого обучения. В свете развития цифровых технологий рынок образования быстро наполняется открытыми образовательными ресурсами – цифровыми образовательными платформами (Spec, EdX verification certificate, Udacity, Nanology, LinkedIn Learning и др.), ориентированными на потребности рынка труда. Востребованность выпускников онлайн-курсов снижает ценность дипломов, полученных в результате традиционного образования [7]. В качестве подтверждения результатов цифрового обучения принимаются микросвидетельства (МС) /сертификаты, которые признаются и засчитываются в рамках традиционного образования во многих университетах США и Европы, а также документы (мандаты/сертификаты), которые выдаются профессиональными организациями после экзамена, цифровые знаки/цифровые логотипы, которые используются для подтверждения и признания освоенных компетенций со стороны профессионального сообщества [3].

В период пандемии стало ясно, что альтернативное обучение сегодня может составить конкуренцию университетскому образованию. Только активное взаимодействие университетов с работодателями в рамках национальной системы квалификаций позволит поддержать конкурентоспособность образовательных программ в секторе гостеприимства. Признание освоенных со стороны работодателей компетенций является одной из ключевых тенденций трансформации современных практик управления персоналом на основе компетенций и квалификаций. В последнее десятилетие был сформирован комплекс механизмов и инструментов управления компетенциями и квалификациями в сфере гостеприимства на международном уровне, анализируя

их, становится понятным, что ключевую роль в процессе управления компетенциями и квалификациями играют национальные системы квалификаций, которые находятся на разных этапах формирования в большинстве развитых и развивающихся стран мира. Наряду с национальными системами квалификации формируются транснациональные, отраслевые и институциональные системы, центральным инструментом которых всегда является профессиональный стандарт.

Если говорить о разработке профессиональных стандартов в сфере гостеприимства, в том числе и событийного туризма, то необходимо отметить, что в рамках уже упомянутого выше проекта наряду с отраслевой рамкой квалификации были созданы проекты профессиональных стандартов для отдельных направлений туристического сектора, в том числе ивент-индустрии (специалист по организации событий, специалист по продвижению дестинаций и др.). Данные проекты профессиональных стандартов для туристического сектора России разработаны с учетом требований отрасли и полностью соотнесены с требованиями к макету профстандартов Министерства труда РФ. Эти документы прошли обсуждение в широком кругу профессионального сообщества, а также прошли экспертизу Совета по профессиональной квалификации в индустрии гостеприимства. Сейчас указанные выше профессиональные стандарты проходят модернизацию согласно новым потребностям рынка труда, обозначенным кризисом пандемии COVID-19. Совет по профессиональным квалификациям в сфере гостеприимства в России ведет активную работу в области развития национальной системы квалификаций. Продолжением развития системы квалификаций в туризме России и Кыргызстана может стать создание цифрового сервиса, позволяющего составить персональную траекторию обучения для специалиста, оценить результаты обучения и сформировать персональный паспорт компетенций, обеспечить образовательный процесс на образовательной платформе консорциума Евразийского сетевого института туризма и конгрессно-выставочной деятельности, который был создан в 2019 г. На Евразийском экономическом форуме в Санкт-Петербурге университеты и предприятия России, СНГ и ЕС подписали соглашение о создании консорциума «Евразийский сетевой институт туризма и конгрессно-выставочной деятельности». На сегодняшний день к консорциуму присоединилось уже более 20 партнеров ЕАЭС. Консорциум объединяет в рамках профессиональной сети образовательные учреждения и организации, занятые в секторе туризма и конгрессно-выставочной деятельности на основании действующего законодательства РФ и Договора о Евразийском экономическом союзе. Развитие консорциума обеспечивает следование принципам образования в течение всей жизни на территории ЕАЭС – макрорегиона, имеющего обоснованные амбиции стать глобальной туристской дестинацией. Деятельность консорциума направлена на кадровое и научное обеспечение, а также на совершенствование развития и укрепления профессиональных

связей туристического и конгрессно-выставочного сектора экономики государств Евразийского экономического пространства и стран партнеров [2].

В заключение отметим следующее: опираясь на международную и российскую практику, можно сделать вывод, что построить общую систему подготовки кадров для туристского сектора на уровне объединения СНГ и ЕАЭС невозможно без развития сетевого сотрудничества. В России, так же как и за рубежом, в последнее время особую актуальность приобретает многоуровневая модель непрерывного образования специалистов, интегрирующая деятельность в рамках международного сетевого объединения или альянса знаний ряда разнообразных организаций, в том числе вузов, средне-профессиональных организаций, профессионально-общественных объединений, профессиональных ассоциаций, академических и бизнес-экспертов, аккредитивных агентств и центров по сертификации образовательных программ и специалистов, а также органов государственного управления туристского сектора [6]. Отраслевая рамка квалификаций и профессиональные стандарты России и Кыргызстана уже сейчас создают возможность на пространстве как СНГ, так и ЕАЭС разработать механизм учета и взаимного признания компетенций, полученных в учебном заведении (по профилю, смежному направлению подготовки), на рабочем месте, в организациях, связанных с обслуживанием туристов, а также организациях, связанных с туризмом общей ресурсной базой или географией [2]. Одно из перспективных направлений политики образования туристской отрасли как в СНГ, так и в ЕАЭС – развитие нормативно-правового обеспечения отраслевой системы образования на уровне региона, которое должно гармонизировать международные требования и потребности на уровне объединения СНГ и ЕАЭС в подготовке кадров. В этой связи как СНГ, так и ЕАЭС будет полезен опыт международных проектов России и Киргизии в области формирования отраслевой системы туристского образования. Проектирование евразийского отраслевого образовательного пространства для туристского сектора с использованием рамки квалификаций и профессиональных стандартов позволит учесть тенденции развития глобального туристического рынка и отраслевые требования стран ЕАЭС, что создаст возможность оценить трудовые ресурсы отрасли, а также обеспечить их конкурентоспособность, повысив качество подготовки специалистов и обеспечив признанием профессиональных квалификаций на отраслевом уровне в рамках объединений государств – участников СНГ и ЕАЭС.

Список использованных источников

1. Васильева, Е. В. Интернационализация туристского образования в России: опыт проектирования модели подготовки специалистов на основе отраслевой рамки квалификаций / Е. В. Васильева, Е. А. Горбашко, Е. В. Останина // Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Ло-

- бачевского. Сер.: Социальные науки. – 2019. – № 4 (56). – С. 257–262.
2. Васильева, Е. В. Проектирование Евразийского пространства туристского образования в условиях современных геополитических вызовов / Е. В. Васильева, Н. Ю. Белякова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2022. – № 1. – Т. 16. – С. 145–156.
 3. Лучшие кадры события. Высшее образование в индустрии встреч [Электронный ресурс] // CongressTime. – 2021. – № 4 (17). – С. 112. – Режим доступа: <https://congresstime.ru/number-archive/>. – Дата доступа: 07.09.2022.
 4. Васильева, Е. В. Проектирование модели MICE образования в рамках стратегии развития UNWTO / Е. В. Васильева, Е. В. Останина // Вестник Национальной академии туризма. – 2019. – № 3 (51). – С. 22–23.
 5. Ковалева, Я. С. Особенности подготовки кадров в отрасли туризма [Электронный ресурс] / Я. С. Ковалева // Вопросы науки и образования. – 2020. – № 40 (124). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-podgotovki-kadrov-v-otrasli-turizma>. – Дата доступа: 07.09.2022.
 6. Олейникова, О. Н. Обучение в течение всей жизни и профессиональное образование / О. Н. Олейникова, А. С. Муравьева, Н. М. Аксенова. – М., 2009.
 7. Муравьева, А. А. Новые тренды дискурса в сфере высшего образования / А. С. Муравьева, О. Н. Олейникова // Вестник Национальной академии туризма. – 2021. – № 3 (59). – С. 31–36.

Вошинчук А. Н.,

начальник отдела качества и учебно-аналитической работы
государственного учреждения «Национальное агентство по туризму»

ОСОБЕННОСТИ ВЫЕЗДНЫХ СЕМИНАРОВ ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь стало приоритетным направлением для туристической сферы. Этому способствовали пандемия, карантинные меры, закрытие границ и т. д. Для того, чтобы внутренний туризм устойчиво развивался, а также чтобы страна стала еще более привлекательной для туристов из других стран, необходимо изучать туристический потенциал Республики Беларусь, повышать уровень профессиональных компетенций представителей туристической индустрии. В рамках государственной программы «Беларусь гостеприимная» подпрограммы 1 «Кадровое и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма» и в соответствии с задачей 1 «Создание условий для развития массового внутреннего туризма» одним из основных направлений деятельности является проведение учебно-воспитательной работы в форме *выездных семинаров* для представителей туристической индустрии, экскурсоводов и гидов-переводчиков. Данная задача реализуется отделом качества и учебно-аналитической работы Национального агентства по туризму.

Планирование на предыдущий год выездных семинаров проходит в нескольких этапов:

- анализ проведенных мероприятий Национальным агентством по туризму за прошедший период;
- подготовка писем-запросов о тематике и географии проведения выездных семинаров на областные управления спорта и туризма и г. Минска;
- подготовка писем-запросов о тематике проведения выездных семинаров на общественные организации: Республиканский союз туристической индустрии, Республиканский союз туристических организаций, Республиканская ассоциация туристических агентств и др.;
- анализ полученных данных;
- составление плана проведения выездных семинаров на предстоящий год.

Выездные семинары, организованные государственным учреждением «Национальное агентство по туризму», можно разделить на несколько видов:

- семинары-мониторинги;
- семинары – презентации новых туристических маршрутов;
- семинары – презентации пилотных проектов;

- семинары по видам туризма (по конкретному виду туризма);
- семинары, приуроченные к событийным мероприятиям.

Остановимся на более подробном их описании.

Семинары-мониторинги. Организация таких семинаров проводится с целью анализа потенциала того или иного района. В рамках мероприятия представители туристической индустрии посещают «топовые объекты» региона, анализируют возможность включения в туристические маршруты менее известные объекты, анализируют сопутствующую инфраструктуру (наличие и состояние гостиниц, агроусадеб, туристических комплексов, экологических объектов, музейных учреждений, точек общественного питания, санитарных зон и т. д.), выявляют проблемные «зоны» и вопросы, которые препятствуют развитию туризма. Семинары-мониторинги направлены на систематический сбор и обработку информации по региону для дальнейшей выработки управленческих решений, установление профессиональных отношений, обеспечение обратной связи между субъектами туристической индустрии. Так, к примеру, в августе – сентябре 2022 г. были проведены двухдневные семинары по Витебской области «Анализ туристического потенциала в Поставском, Браславском, Глубокском районах» и «Анализ туристического потенциала в Россонском, Верхнедвинском, Миорском районах». В указанных мероприятиях принимали участие представители управлений спорта и туризма Витебской области, председатели и заместители председателей, курирующие вопросы развития туризма, специалисты по туризму районных исполнительных комитетов, экскурсоводы, краеведы [1], [2].

Семинары – презентации туристических маршрутов. Разработка и обновление экскурсий и туров по Беларуси, в том числе виртуальных, трансграничных туристических маршрутов, а также маршрутов для людей с ограниченными возможностями выступает одним из пунктов Подпрограммы I «Кадровое и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма». Целью такого вида семинаров является презентация и апробация туристического маршрута для экскурсоводов, гидов-переводчиков, менеджеров туристических фирм непосредственно авторами-составителями данного маршрута. В ходе семинара экскурсоводы презентуют технологическую карту и контрольный текст экскурсии. По итогам апробации маршрута проходит круглый стол, на котором обсуждаются возможности трансформации некоторых блоков маршрута, включения анимационных программ, мастер-классов, нематериального культурного наследия, а также перспективы использования данного маршрута туристическими фирмами.

Так, в рамках двухдневного семинара по Гродненской области (Берестовицкий, Свислочский районы) состоялась презентация туристического маршрута «Путешествие в край славных предков», по Брестской области (Лунинецкий, Столинский районы) состоялась презентация туристического

маршрута *«К берегам Припяти и Горыни»*. Надо отметить, что ежегодно проходят семинары-презентации туристических маршрутов, разработанных к Дням белорусской письменности. Например, в 2020 г. состоялся выездной семинар в Могилевскую область с презентацией маршрута *«Край белых ночей»*, в 2021 г. разработан и апробирован туристический маршрут *«К истокам Нёмана и Копыльским святыням»*. В рамках семинара по вопросам развития событийного туризма, приуроченного к XXIX Дню белорусской письменности, состоялась презентация туристического маршрута *«По страницам истории Гомельского Полесья»* в сентябре 2022 г.

Семинары – презентации результатов пилотных проектов. Одной из задач выездных семинаров является анализ реализации пилотных проектов регионов. Напомним, Брестская область реализует пилотный проект «Туристический регион «Припятское Полесье» (2021–2023 гг.), Витебская область – «Васильковский край» (2021–2023 гг.), Гомельская область – «Патриотический импульс» (2021–2022 гг.), Гродненская область – «Система туристических информационных центров и полноценных пунктов туристической информации» (2021–2023 гг.), Минская область – «Туристический кластер „Пристоличье“» (2021–2022 гг.), Могилевская область – «Эколого-туристическо-рекреационный кластер „Чигиринка“» (2021–2025 гг.), пилотный проект г. Минска «Туристические зоны г. Минска» (2021–2030 гг.) [3]. В рамках выездных семинаров представители туристической индустрии знакомятся с новыми туристическими маршрутами, информационными центрами, экскурсионными объектами, туристическими кластерами, а также с участниками, которые реализуют пилотные проекты. Такие семинары позволяют подвести и проанализировать промежуточные итоги проекта, показать имеющиеся наработки, обсудить с практиками туристической индустрии наиболее актуальные вопросы по развитию проекта. С начала 2022 г. по всем областям на рабочих встречах, круглых столах во время выездных семинаров были представлены результаты вышеперечисленных пилотных проектов.

Семинары по видам туризма. Такие семинары организуются для «погружения» и более подробного изучения выбранного вида туризма. Так, например, в июне 2021 г. был организован республиканский семинар в г. Минске «Промышленный туризм в Республике Беларусь: актуальные вопросы и перспективы развития». Во время семинара состоялась презентация нового туристического маршрута «Ароматные истории: кофе и шоколад в жизни столицы», организовано посещение ведущих предприятий, где на высоком профессиональном уровне проходят производственные экскурсии: СОАО «Коммунарка», ОАО «Минский тракторный завод». Участники этого семинара – представители промышленных предприятий, директора туристических фирм, экскурсоводы, гиды-переводчики – обсудили наиболее проблемные вопросы по развитию

промышленного туризма в Республике Беларусь: организация производственных экскурсий, написание технологической карты, организация мастер-классов и дегустаций, создание сувенирной продукции, продвижение готового туристического продукта на рынок. С целью знакомства промышленного потенциала конкретного региона в июле 2021 г. Национальным агентством по туризму был организован семинар в Гомельскую область. Участники посетили Гомельские промышленные предприятия ОАО «Милкавита», ОАО «Гомельское ПО «Кристалл», ЧП «Чисто пивоварня», ЗАО «Добрушский фарфоровый завод», филиал «Добрушская бумажная фабрика „Герой труда“» ОАО «Управляющая компания холдинга „Белорусские обои“» и др. Такие семинары активизируют предприятия на организацию производственных экскурсий, а в дальнейшем на развитие промышленного туризма.

Ежегодно проводятся семинары по спортивному туризму. В июне 2021 г. состоялся выездной семинар по Минской области «Использование потенциала спортивных объектов в туристических маршрутах». Участники проанализировали туристический потенциал и возможности развития туризма РЦОП «Раубичи», унитарного предприятия «Лебяжий парк», «РЦОП по фристайлу», ГУ «Чижевка-Арена». А в 2022 г. представители туристической индустрии смогли познакомиться с туристическими услугами спортивных объектов «РЦОП конного спорта и коневодства», «Республиканский центр олимпийской подготовки по гребным видам спорта».

На системной основе проходит организация выездных семинаров по развитию арт-туризма в Республике Беларусь [4]. В тесном взаимодействии с Национальным художественным музеем Республики Беларусь был организован семинар, целью которого было изучение туристического потенциала учреждения «Национальный художественный музей Республики Беларусь», филиалов музея белорусского народного искусства, музея «Дом Ваньковичей. Культура и искусство первой половины XIX века». Участникам мероприятия были представлены анимационные программы, организованы экскурсии по постоянным и временным музейным экспозициям на территории указанных объектов, состоялось посещение новых музейных пространств (ул. Карла Маркса, 24). В работе круглого стола «Арт-туризм: мировой опыт и перспективы развития в Республике Беларусь» приняли участие руководители филиалов, музейные экскурсоводы, менеджеры туристических компаний, гиды-переводчики.

Следует отметить, что для проведения семинаров по арт-туризму налажено сотрудничество с Белорусским союзом художников. Совместно с Председателем союза художников Глебом Отчиком организуются семинары и информационные встречи для представителей туристической индустрии. В июне 2022 г. состоялось мероприятие «Мастерская художника как туристический

арт-объект». Участникам представилась возможность посещения ряда мастерских ООО «Белорусский союз художников», а именно скульпторов и керамистов Александра Шаппо, Николая Байрачного, Глеба Отчика, Василия Зенько, Камала Гаджиева, Елены Ободовой, Ольги Редникиной, Татьяны Курачинской и др. Художники рассказали о своем творчестве, познакомили экскурсоводов с объектами, которые входят в туристические маршруты, и рассказали о перспективах сотрудничества с туроператорами.

Семинары, приуроченные к событийным мероприятиям. Важным сегментом туристической индустрии является событийный туризм. Брендовые массовые мероприятия всегда привлекательны для туриста. В Республике Беларусь организуются гастрономические, исторические, музыкальные, этнографические фестивали, праздники, которые привлекательны не только для жителей Беларуси, но и для гостей страны. С целью знакомства с такими мероприятиями также организуются семинары. Раз в два года Национальное агентство по туризму планирует семинар в рамках Международного фестиваля этнокультурных традиций «Зов Полесья». Ежегодно посещается экологический праздник «Жураўлі і журавіны Міёрскага краю». Организуются выездные семинары в рамках республиканской акции «День открытых дверей в белорусских агроусадебках». В июле 2022 г. состоялся выездной семинар на музыкальный праздник «Большая бард-рыбалка». Впервые в этом году была организована республиканская акция «Вандруй. Адчуй. Натхняйся», которая направлена на развитие внутреннего туризма. В рамках данного вида семинаров у участников есть возможность встретиться с организаторами, выявить наиболее проблемные вопросы для направления туристических потоков в регион на мероприятие, познакомиться со специальными предложениями.

Выездные семинары для представителей туристической индустрии организуются по следующему алгоритму:

- составление плана семинаров на предстоящий год;
- обсуждение программы семинара с заинтересованными лицами: Национальное агентство по туризму – управление спорта и туризма – экскурсоводы, гиды-переводчики – заинтересованные лица;
- проработка маршрута (время посещения, туристические объекты);
- подготовка пакета документов для организации выездного семинара;
- подготовка пресс-релиза;
- размещение информации на официальный сайт, социальные сети;
- приглашение представителей средств массовой информации;
- составление и утверждение списка участников;
- проведение выездного семинара;
- подготовка статьи по итогам семинара;
- обсуждение результатов проведенного семинара.

Следует отметить, что в период с середины июля 2020 г. по сентябрь 2022 г. отделом качества и учебно-воспитательной работы государственного учреждения «Национальное агентство по туризму» для представителей туристической индустрии, экскурсоводов и гидов-переводчиков, представителей средств массовой информации было организовано 49 выездных семинаров. Выездные семинары направлены на изучение туристического потенциала регионов страны, посещение туристических объектов (промышленных предприятий, учреждений культуры, спортивных объектов, санаториев, гостиниц и т. д.), анализ экскурсионных, анимационных программ, мастер-классов с целью повышения профессионализма представителей туристической индустрии и для дальнейшего развития внутреннего и въездного туризма в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Итоги выездного семинара по Витебской области «Анализ туристического потенциала в Поставском, Браславском, Глубокском районах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belarustourism.by/news/itogi-vyeznogo-seminara-po-vitebskoy-oblasti-analiz-turisticheskogo-potentsiala-v-postavskom-brasla/?sphrase_id=69098/. – Дата доступа: 10.09.2022.
2. Итоги выездного семинара по Витебской области «Анализ туристического потенциала в Россонском, Верхнедвинском, Миорском районах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/itogi-vyeznogo-seminara-po-vitebskoy-oblasti-analiz-turisticheskogo-potentsiala-v-rossonskom-verkhni/>. – Дата доступа: 11.09.2022.
3. Пилотные проекты в сфере туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/pilotnye-proekty-v-sfere-turizma/>. – Дата доступа: 12.09.2022.
4. Вошинчук, А. Н. Возможности развития арт-туризма в Республике Беларусь / А. Н. Вошинчук // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы Первой Междунар. науч. конф., Минск, 28 сентября 2021 г. / Издатель А. Н. Вараксин ; редкол.: М. П. Портной [и др.]. – Минск, 2021. – С.341–346.

Гецевич А. К.,
кандидат исторических наук, доцент учреждения образования
«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

ПОДГОТОВКА КАДРОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО» ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ БЕЛАРУСИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Развитие туристической отрасли, как и большинства иных отраслей экономики, зависит от многих факторов. Первые два десятилетия XXI века, несмотря на имевшиеся экономические сложности, все же стали временем действительного воплощения массового туризма в Беларуси. При этом наблюдался рост как въездных, так и выездных потоков. Превалирование выездного туризма стало очевидным как по абсолютным цифрам, так и по количеству организаций, которые занимались только его организацией. Как следует из статистических данных, около половины компаний были направлены исключительно на обслуживание выездного туризма (табл. 1).

В 2019 г. белорусские туристы купили выездных туров на 948 млн рублей, а потратили на внутренний туризм лишь 33,7 млн рублей. Еще 70,5 млн рубля было заработано за счет въездного туризма. Таким образом, учитывая, что до 90 % стоимости выездных туров составляет оплата услуг зарубежных туроператоров, получается, что отрицательное сальдо туристического направления могло составить до 853 млн рублей. Очевидно, что причины такого положения крылись в недостаточном внимании к развитию внутреннего туризма, сосредоточившись в основном в сфере развития агроэкотуристических объектов [1, с. 15].

Таблица 1. Организованный туризм в Республике Беларусь [2]

Туристические потоки	2016	2017	2018	2019	2020
Посетившие Республику Беларусь	217 398,00	282 694,00	365 534,00	405 472,00	80 972,00
Выехавшие за рубеж	495 727,00	727 536,00	850 724,00	982 935,00	258 616,00
Направленные в туры в пределах территории Республики Беларусь	1 001 848,00	976 780,00	1 007 845,00	1 106 852,00	571 493,00

Начало 20-х годов XXI века выдалось для туристической индустрии достаточно сложным в силу мировой эпидемиологической ситуации, политической нестабильности в регионе и мире, что затронуло не только места традиционного отдыха белорусов, но и выстроенные логистические маршруты к ним. Рост финансовых издержек при сохранении выработанной десятилетиями практики организованного отдыха белорусов привел к увеличению спроса на услуги внутреннего туризма. Люди хотят отдыхать, несмотря на болезни и военно-политическую нестабильность, и сегодня мы имеем отличный шанс для развития внутреннего туризма.

При этом освоить появившийся спрос оказалось достаточно сложно по ряду причин. Первое – привычные для всех выезжавших за рубеж условия проживания и сопоставимые цены на эти услуги. Второе – низкий уровень интересных, уникальных туристических объектов. Третье – низкий уровень развития туристической инфраструктуры, прежде всего придорожного сервиса, объектов питания, размещения адекватной стоимостной категории. Четвертое – дефицит квалифицированных кадров, соответствующих запросам не столько рынка труда, сколько туриста, который до этого отдыхал за границей и привык к высокому уровню оказания туристических услуг.

Последняя проблема является одной из ключевых в складывающихся реалиях. Качественная подготовка специалиста в сфере туризма и гостеприимства позволит решить большую часть приоритетных задач, обозначенных в Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года. Стратегия предполагает, что важнейшей организационной задачей в сфере развития туризма является создание эффективной управленческой вертикали. Очевидно, что это вызвано недостаточным количеством профильных специалистов, прежде всего на местах. Решение данной проблемы видится через формирование целевого набора на специальность и подготовку кадров в региональных университетах.

Очевидные сложности целевой подготовки снижают ее эффективность в реализации задач развития внутреннего туризма по трем причинам: недостаточный спрос абитуриентов на специальность, срок отработки (5 лет), неуверенность работодателя в сохранении тренда на среднесрочную перспективу (4 года обучения) и как следствие рабочего места студента-целевика. Поэтому при проведении разного рода опросов о готовности заказчика кадров к целевой подготовке специалистов в сфере туризма и гостеприимства большинство руководителей, особенно в организациях частной формы собственности, дают отрицательный или уклончивый ответ. Действительно задуматься о целевой подготовке могут лишь бюджетные или крупные туристические организации.

Важным представляется и сохранение или расширение практикоориентированности обучения. Это касается как обучения работы с современными аппаратно-технологическими средствами, так и повышение внимания к изучению иностранных языков. Последнее направление особенно актуально и, вероятно, требует увеличения продолжительности изучения иностранных языков, а также замены профильного предмета по ЦТ для специальности «Туризм и гостеприимство» с математики на иностранный язык. Это позволит повысить языковую подготовку, что очень необходимо в текущей ситуации.

С этой целью предлагается упорядочить численность набора на уровне среднего специального и высшего образования на бюджетную и на платную формы получения образования. Существующая сегодня ситуация показывает явный перекося по количеству мест, выделяемых в разных областях и в г. Минске в данной сфере. К примеру, за последний год плановый набор на специальность «Туризм и гостеприимство» сократился на 24 %, а с учетом невыполнения цифр набора 2021 г. – и того больше. Это в среднесрочной перспективе создаст дефицит кадров, особенно в регионах (табл. 2).

**Таблица 2. План набора на специальность
«Туризм и гостеприимство» в 2022 г.**

УВО	Туризм и гостеприимство (дневное)		Туризм и гостеприимство (заочное)		Суммарно (заочное/дневное), план 2022 г.		Изменение по отношению к 2021 г., мест
	бюджет	платное	бюджет	платное	бюджет	платное	Бюджет / платное
ГрГУ им. Я. Купалы	5	17	14	11	19	28	0/0
БГУФК	5	50	0	50	5	100	0 / – 20
БрГУ им. А. С. Пушкина	17	3	***	***	17	3	- 18/ – 4
Всего по ТГ	27	70	14	61	41	131	224
	97		75		172		76,78 %

*** Заменено на специальность «Урбанистика и сити-менеджмент» (набор 17 бюджет и 3 платных).

Значительная часть специалистов выпускается со специализацией «Менеджмент в туризме», «Экономика и управление туристической индустрией» (табл. 3).

**Таблица 3. План набора на специальности
туристического профиля в 2022 г.**

УВО	Менеджмент в туризме	Спортивный и рекреационный туризм	Спортивно-туристическая деятельность (менеджмент в туризме)	Туризм и природопользование (дневное)	Экономика и управление туристической индустрией (группа специальностей)
БГУФК	60	20			
БГПУ им. М. Танка			130		
БГТУ				30	
БГЭУ					537

Суммарный план набора на специальности, связанные с туризмом, в шести государственных учреждениях образования составляет в 2022 г. 949 человек.

При этом специальность «Туризм и гостеприимство» – 18,1 % от общего количества кадров для туристической отрасли страны. Доля плана набора ГрГУ имени Я. Купалы – 4,95 %.

Развитие внутреннего туризма – это, прежде всего, развитие регионального туризма. Столичные жители являются наиболее активными внутренними туристами, которые отдыхают за пределами МКАД. Однако создание возможностей для отдыха завязано на кадровый потенциал в регионах. Сегодня сформировать туристические кадры для работы по всей стране за счет концентрации подготовки на базе только столичных учреждений среднего и высшего образования, даже специализированных, сложно. И не столько теоретически, сколько в практической плоскости. Большинство выпускников столичных учреждений образования по специальности туристической деятельности остаются в столице, включая и студентов, проходивших обучение за счет средств бюджета.

В этом плане перспективы региональных университетов выглядят лучше, как с точки зрения кадрового потенциала, так и в свете выполнения плана инфраструктурных задач Стратегии: создание специальных туристско-рекреационных парков, развитие сети регулярно функционирующих туристических информационных центров в каждом регионе, повышение уровня доступности туристической инфраструктуры для инвалидов и физически ослабленных лиц, увеличение численности организованных туристов и экскурсантов по маршрутам тура в пределах страны в 2 раза [1, с. 16–17].

Список использованных источников

1. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sportedu.by/wp-content/uploads/2014/11/2.-Nacionalnaya-strategriya-razvitiya-turizma-do-2035-goda.doc>. – Дата доступа: 04.07.2022.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Search?code=1063065>. – Дата доступа: 04.07.2022.

Коваленко А. Ю, Рудая В. В.,
студенты 3-го курса факультета международных отношений
Белорусского государственного университета

Коткова Д. И.,
старший преподаватель кафедры английского языка международной
профессиональной деятельности факультета международных отношений
Белорусского государственного университета

ВОПРОС МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

На сегодняшний день в связи с возникновением и повсеместным распространением эпидемиологической ситуации многие менеджеры и руководители в области туризма столкнулись с проблемами не только популяризации и продвижения туристических услуг среди населения, но и с нехваткой квалифицированных специалистов, готовых показать свой потенциал в современных реалиях. В эпоху пандемии одними из таких причин являются неготовность работать в дистанционном формате, отсутствие предполагаемых дальнейших перспектив для развития видов туризма, отсутствие мотивации и заинтересованности в рабочем процессе и т. д.

В настоящее время вопрос мотивации настолько актуален для многих работодателей, в т. ч. и в сфере туризма, что они пытаются найти все новые современные подходы, как не только привлечь новых сотрудников, но и удержать их.

На данный момент существует несколько наиболее популярных подходов, которые активно используются зарубежными руководителям, но которые могли бы быть целесообразно применены на практике отечественными менеджерами в сфере туризма. Среди таких подходов стоит отметить подход Ф. Тейлора, А. Маслоу и Д. Макклелланда.

Начальную основу в вопросе мотивации сотрудников заложил подход Ф. Тейлора, который предпринял первую и серьезную попытку проанализировать мотивацию рабочих с целью дать рекомендации руководству по поводу лучших способов повышения производительности труда. Он активно занимался вопросами повышения производительности труда, выработкой действенных методов мотивации в результате проведения ряда экспериментов. Его подход заключался в нескольких этапах:

1. Выберите работников для выполнения задачи.

2. Наблюдайте за тем, как они выполняют задание, и отмечайте его ключевые элементы.

3. Запишите время, затраченное на выполнение каждой части задания.

4. Определите самый быстрый зарегистрированный метод.

Отличным примером такого подхода является история появления MacDonald's. Два брата хотели открыть ресторан быстрого питания, и, чтобы сделать производство действительно быстрым, они снова и снова наблюдали за работой поваров, чтобы увидеть ошибки расположения кухонной техники, они меняли ее сотни раз, чтобы найти наиболее эффективную. И теперь MacDonald's – один из самых популярных ресторанов во всем мире.

Следующий подход А. Маслоу. Исследование Абрахама Маслоу не было основано исключительно на людях в рабочей среде, однако его выводы имеют весомое значение для студентов, изучающих психологию и социологию. Он был озабочен попыткой определить и классифицировать основные потребности людей. В результате этого его известная иерархия потребностей была интерпретирована следующим образом:

- Индивидуальные потребности начинаются с самого низкого уровня.
- Как только потребность одного уровня удовлетворена, люди будут стремиться достичь следующего уровня.
- Самоактуализация или самореализация не достигаются многими людьми, но каждый способен реализовать свой потенциал.
- Как только потребность удовлетворена, она больше не будет мотивировать людей к действию.

Последним, но не менее важным, является подход Д. Макклелланда. Он наиболее известен описанием трех типов мотивационных потребностей, которые он определил в своей книге «Общество достижений» (1961).

1. Мотивация достижения

2. Мотивация власти

3. Мотивация принадлежности

Эффективны ли эти подходы в настоящее время? Да, конечно, сейчас их можно использовать, но нужно учитывать, что в каждой ситуации есть свои особенности, и не каждый подход будет полезен.

Сегодня мотивация сотрудников является важной составляющей успеха компании. Давайте посмотрим, почему это так важно.

Дело в том, что работники, мотивированные на работу в компании, приносят больше результатов, к тому же они лучше относятся к клиентам компании, чем рядовые сотрудники. Также научно доказано, что компания, где сотрудники мотивированы и получают удовольствие от своей работы и условий труда – все это снижает уровень несчастных случаев на производстве. Это также снижает прогулы, жалобы и текучесть кадров.

Но, к сожалению, не все компании и страны должным образом заботятся о мотивации сотрудников и их развитии. Итак, рассмотрим более подробно способы мотивации в разных странах.

Японская модель мотивации персонала

«Во-первых, ты служишь императору (стране), во-вторых, своему работодателю, в-третьих – своей семье. И только потом можешь думать о себе». Так гласит краткая формулировка основного принципа мотивации японцев, существующего в наше время. Можно отметить, что лояльность к своей компании для них действительно очень важна. Несмотря на такую самоотверженность и сосредоточенность на работе, они уделяют должное внимание мотивации и рабочей атмосфере между сослуживцами.

К видам поощрения в японской системе мотивации, помимо роста заработной платы, относятся:

- бонусы и премии, выплачиваемые не реже одного раза в полгода;
- оплата проезда до офиса и домой;
- медицинское страхование работника и его семьи;
- частичная оплата жилья;
- кредиты на покупку недвижимости;
- обучение в университетах Японии, а также Европы и США;
- повышение квалификации без отрыва от основного места работы.

Американская модель мотивации персонала

В этой модели больше внимания уделяют нематериальной мотивации сотрудников: они больше заботятся об их профессиональном росте и взаимоотношениях в коллективе, но у них есть и система материальной мотивации.

В штате американской компании, как правило, имеется:

- медицинская страховка, оплачиваемая работодателем;
- курсы повышения квалификации;
- бесплатные обеды;
- корпоративные праздники;
- совместные поездки.

Что касается материальной системы мотивации сотрудников, то там все стандартно: вы получаете бонусы, если превышаете стандартный объем работы, например, работаете сверхурочно или показываете более рентабельный результат.

Шведская модель мотивации персонала

Согласно опросам, дружеские отношения, партнерство и дружелюбные коллеги стоят на первом месте в рейтинге приоритетов жителей Швеции. На втором – интересная работа для них. А зарплата на седьмой позиции. Это означает, что сотрудники отдают предпочтение нематериальной мотивации.

Преимуществом данной модели мотивации является тот факт, что все компании должны соблюдать принцип равной оплаты труда за одинаковую работу.

Этот принцип означает, что работники на одинаковых должностях в разных фирмах с одинаковой квалификацией получают одинаковую заработную плату независимо от прибыльности предприятия, на котором они работают. Размер должностных окладов прописывается в отраслевом коллективном договоре и не зависит от размера прибыли компании.

Модель мотивации персонала в Великобритании

Модель мотивации персонала в Великобритании предусматривает две системы оплаты труда: денежную и акционерную. Обе схемы предполагают зависимость заработной платы работников от общей прибыли предприятия.

Что касается нематериальной мотивации, то они предпочитают:

- дарить подарки сотрудникам за их трудовые достижения (часто это туристические путевки);
- внедрять гибкий график работы, что позволяет сотрудникам чувствовать себя более комфортно.

Мотивация персонала в Беларуси

В Беларуси, как и в других постсоветских странах, для мотивации сотрудников используется метод кнута и пряника. Финансовая мотивация имеет первостепенное значение для нашего менталитета. Существует и нематериальная мотивация. Но по сравнению с финансовой мотивацией она не столь значительна.

По сравнению с другими странами, по данным социологического опроса среди иностранных работников с помощью социальных сетей, в США, Австралии и Беларуси преобладает финансовая мотивация. Нефинансовая – в Японии. В Германии соотношение материальной и нематериальной мотивации почти равное.

С целью подтверждения или опровержения популярных ответов по вопросам мотивации в Беларуси, студентами БГУ был проведен детальный опрос о способах мотивации персонала в туристической компании. В опросе приняли участие 69 человек, из них 34 % мужчин и 66 % женщин. Опрос содержит в себе следующие вопросы:

1. Вам нравится работать одному или в команде? Результат оказался 50/50, как и предполагалось.
2. Что важнее – дружеская атмосфера в рабочей среде или результат вне зависимости от коллектива? 57 % людей ответили, что им важнее дружеская атмосфера, что подтверждает предыдущий результат о том, что многим в нашей стране нравится работать в одиночку, а это, на наш взгляд, не очень хороший показатель, так как теперь в основе всего успешные корпорации – это налаженные связи с людьми, а тот, кто работает в одиночку, не пользуется спросом.

3. Вы предпочитаете материальную или нематериальную мотивацию? Результаты совпадают с тем, что было сказано о Беларуси в целом, так как только 21,7 % людей выбрали нематериальную мотивацию, что свидетельствует о ее непродуманности. В Беларуси, в основном, интересную нематериальную мотивацию могут предоставить только IT-компании, и мы задались вопросом, что больше привлечет студентов: льготный абонемент в спортзал/спа, медицинская страховка или предоставление обучения иностранному языку (репетитор/курсы), и победил последний вариант, набрав 75,4 % голосов.

Из этого мы делаем вывод, что большинство наших студентов будет мотивировано саморазвитием.

Кроме того, одним из важнейших пунктов являются хорошие отношения с руководителем и командой, или, как говорят в народе, «на одной волне». Мы спросили об этом и предложили 2 ответа: очень важно; не имеет значения, главное, чтобы вам заплатили. К счастью, около 80 % людей ответили, что для них это важно, что свидетельствует о том, что хотя большинство белорусов отдают предпочтение материальной мотивации, рабочие дружеские отношения также важны. И чтобы убедиться в правильности суждений, мы задали еще один вопрос для аудитории: что важнее для вас – хорошее рабочее место или высокая зарплата? Результаты показали, что 55 % выбрали высокую зарплату, а 45 % – хорошее рабочее место.

Из всего опроса можно сделать вывод, что в целом 80 % людей выбирают материальную мотивацию, что свидетельствует о нашем отставании от других стран и подтверждает многие опросы, уже проводившиеся ранее в Беларуси по данной теме, только в отдельных случаях процент колеблется 50/50.

На сегодняшний день подготовка специалистов в сфере туризма в Республике Беларусь осуществляется во многих учебных заведениях страны. В современных реалиях вопрос подготовки будущего специалиста и поддержание мотивации, а также заинтересованности в будущей профессии есть и остается одним из наиболее важных. В реалиях развития туризма в Беларуси целесообразно применить кадровую схему, включающую две системы подготовки: а) специализированная профессиональная подготовка для предприятий, непосредственно принимающих участие в производстве туристического продукта; б) подготовка специалистов массовых профессий для смежных отраслей национальной экономики. Выпускник должен быть готов к видам деятельности, которые выделяются в соответствии с его назначением и местом в системе управления. Такими видами деятельности являются: управленческая, организационная, экономическая, планово-финансовая, маркетинговая, информационно-аналитическая, проектно-исследовательская, диагностическая, инновационная, методическая, консультационная, образовательная [3, с. 51].

Помимо этого, целесообразно взаимодействие со специалистами из других областей по обмену опытом, в частности с ИТ-сферой. На наш взгляд, в условиях эпидемиологической ситуации важно адаптировать разработки специалистов ИТ-сферы с учетом новейших тенденций в сфере туризма. Одним из перспективных направлений является повсеместное распространение 3D-туров, что способствовало бы дальнейшему развитию и становлению виртуального туризма как одного из перспективных направлений.

В заключении мы хотим подчеркнуть, что учитывая результаты опроса студентов БГУ, целесообразно предусмотреть для будущих выпускников возможности для развития и самореализации, курсы повышения квалификации и углубления знаний иностранных языков, тренинги и семинары для будущих менеджеров туристических фирм, где будущие выпускники смогли бы на практике познакомиться с преимуществами и недостатками данной отрасли, предложили альтернативные направления развития туристической отрасли, новые пути и способы оказания туристических услуг в условиях эпидемиологической ситуации и каким образом можно привлечь потенциальных клиентов, способствуя дальнейшему развитию туристического сектора Республики Беларусь. Кроме того, изучение зарубежного опыта на примере работы туристических фирм позволило бы сменить направление от материального в сторону нематериального поощрения работников. Это позволило бы усовершенствовать систему туристических услуг и вывести ее на принципиально новый уровень. Кроме того, помимо высокой заработной платы и карьерных перспектив, сотрудникам стало бы важно находиться в доброжелательной рабочей атмосфере, получать приятные бонусы от компании за свою работу, получать немного признания и чувствовать себя нужным в компании. Все это способствовало бы только росту мотивации и рабочего потенциала сотрудников, а значит, и росту профессиональных кадров в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Зарубежный опыт мотивации персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/zarubezhnyj-opyt-motivatsii-personala/>. – Дата доступа: 23.04.2022.
2. Motivation approaches [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://caiemaster.com/wp-content/uploads/2020/04/Cambridge-International-AS-and-A-Level-Business-Ebook-PDFDrive.com-.pdf>. – Дата доступа: 23.04.2022.
3. Пантюк, И. В. Состояние и перспективы подготовки кадров для туристско-оздоровительной деятельности / И. В. Пантюк, В. Е. Гурский, И. И. Янушевич // Гуманитарные технологии в образовании и социосфере : сб. науч. ст. / редкол.: О. И. Уланович (отв. ред.) [и др.]. – Минск: Изд. центр БГУ, 2016. – с. 48–54.

Мижевич О. М.,

кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин в туризме и гостеприимстве
Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования
«Белорусский государственный университет физической культуры»

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Развитие туризма всегда помогало и помогает в решении множества социальных и экономических проблем. В Республике Беларусь, как и в большинстве стран мира, именно благодаря туризму появляются новые рабочие места, улучшается финансовое состояние страны, совершенствуется система образования и здравоохранения, возникают новые формы подачи информации, сохраняется культурно-историческое наследие страны, усиливается охрана окружающей среды и т. д. Вопросы подготовки специалистов, обладающих всеми необходимыми профессиональными компетенциями, всегда были важными для любого сектора экономики, но для индустрии туризма в настоящее время они актуальны как никогда.

Какой именно с содержательной и количественной точки зрения должна стать подготовка специалиста, нацеленного на развитие туризма в Беларуси, может помочь ответить анализ состояния современного общества, который поможет разобраться, какие профессиональные качества белорусская система образования должна сформировать у будущего работника индустрии туризма.

С середины XX века многие ученые и философы говорили о появлении нового типа общества – постиндустриального или «постэкономического» [1], в котором экономическая сфера перестает быть главенствующей, а труд – основой социальных отношений. Для «постиндустриального» человека приоритетными становятся качество и безопасность жизни, проблемы саморазвития и личностного роста. Подобное видение развития общества имеет право на существование, но реальность оказалась иной, и произошедшие в мире за последние десять лет изменения требуют внесения в данный вопрос определенных корректировок.

В последние два десятилетия человечество наблюдает становление новой социальной реальности, формирующейся под влиянием очередной, уже Четвертой промышленной революции, о которой говорят, что «для Четвертой промышленной революции характерно сочетание технологий, которые размывают границы между физической, цифровой и биологическими сферами» [2].

На наших глазах формируется новая реальность, социальные последствия развития которой, к сожалению, изучены плохо. Сложность анализа заключается и в том, что все работавшие раньше теории по описанию и прогнозированию действительности не срабатывают в новой реальности, и существует очень мало ученых, которые могли бы системно объяснить происходящие трансформации в обществе как с социально-экономической, так и с технологической точки зрения. Из-за происходящих изменений постепенно трансформируются все стороны жизни общества – серьезно меняется рынок труда, бизнес, система образования, здравоохранение. Серьезным испытанием для экономической и социальной сфер стран всего мира стала сложная эпидемиологическая обстановка, вызванная пандемией COVID-19. Если говорить о Беларуси, то за последние полгода из-за долгов перед клиентами разорилось множество белорусских туроператоров, особенно областных и районных, ориентированных на выездной туризм.

В Республике Беларусь подготовкой специалистов в сфере туризма и гостеприимства занимается около 24 высших и средних учебных заведений [3]. В соседней с нами Российской Федерации, которая охотно принимает абитуриентов из Республики Беларусь, данная подготовка ведется в более чем 200 учебных заведений [4]. Как видим, конкуренция высокая.

Развитие туристической сферы, ее качество во многом будет зависеть от наличия высококвалифицированных специалистов, подготовка которых должна осуществляться в соответствии с международными стандартами. К сожалению, подготовка кадров на уровне высшего образования не в полной мере соответствует потребностям индустрии туризма. Как показывает практика последних лет, для молодого специалиста полученных в учебных заведениях знаний становится недостаточно, чтобы успешно работать и быть конкурентоспособным в динамично развивающейся индустрии.

По мнению автора, основной проблемой является чрезмерная теоретизация обучения и явная нехватка практических навыков у выпускников. Дать теоретические знания не представляет особого труда, для этого нужен преподаватель, студенты и аудитория. Гораздо сложнее обучить практическим навыкам и умениям. Во-первых, не каждое учебное заведение обладает специализированными помещениями для практической отработки навыков и умений, во-вторых, далеко не каждое учебное заведение обладает туристической и гостинично-ресторанной базой практики. В специализированных учебных заведениях отсутствует необходимая современная, качественная учебная литература. Отсутствует объективная система рейтинга учебных заведений туристической направленности, что дезориентирует абитуриентов при выборе профессии и учебного заведения. Курсы переподготовки и повышения квалификации носят зачастую формальный характер. Практики, работающие в сфере туризма, не привлекаются к образовательному процессу.

Образование в сфере туризма не является простым, как может показаться на первый взгляд. Выпускник данной сферы должен знать историю (мировую и отечественную), географию, физиологию, анатомию человека, иностранные языки, экономику, делопроизводство, информационные технологии, должен быть аниматором и предпринимателем, владеть навыками менеджмента, иметь психологическую подготовку и т. д. Организовать качественное обучение, учитывая требования, предъявляемые к выпускнику, уложить всю теорию и практику в четыре года бакалавриата и год в магистратуре достаточно сложно.

В настоящее время в стадии разработки находится новый образовательный стандарт высшего образования. Если мы хотим, чтобы Беларусь достигла значительных успехов в сфере туризма, то именно сейчас существует уникальная возможность изменить ситуацию в лучшую сторону, но для этого необходим новый подход в подготовке специалистов в сфере туризма.

Прежде всего необходимо пересмотреть учебные планы и учебные программы. В учебных планах не всегда наблюдается дидактически верная последовательность изучения учебных дисциплин по семестрам и курсам. Отдельную тревогу вызывают учебные программы, анализ которых по различным специальным учебным дисциплинам показал большое количество совпадений по темам. Например, классификация туристов была обнаружена автором в четырех учебных программах, и такие примеры можно продолжать. Сами студенты высказывают недовольство подобной ситуацией, кроме того — это бездарная трата аудиторного времени, которое можно потратить на решение иных важных образовательных вопросов. Требуется четкий контроль за содержанием рабочих программ и их соответствия потребностям практической деятельности.

Рассмотреть все проблемы, возникающие при подготовке специалистов в сфере туризма, в рамках одной статьи не представляется возможным, поэтому остановимся на тех проблемах, которые, по мнению автора, нуждаются в наибольшем внимании.

Согласно Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь, до 2035 г. в Республике Беларусь одной из приоритетных задач стало развитие внутреннего туризма (но нельзя забывать и о восстановлении въездного туризма). Практически в каждом белорусском населенном пункте имеются достопримечательности, которые могут стать частью экскурсионного маршрута. Но для того, чтобы разработать экскурсионный маршрут, эти достопримечательности необходимо знать, а студенты слабо владеют данной информацией. Учебная дисциплина «Краеведение» по своему содержанию далека от освещения данных вопросов, а учебная дисциплина по выбору «Историко-культурное наследие Беларуси» существенно ограничена количеством аудиторных часов. Возможно, решить данную проблему поможет

пересмотр содержания учебной программы «Краеведение», сделав дисциплину более прикладной; увеличить часы и перевести в категорию обязательной учебную дисциплину «Историко-культурное наследие Беларуси»; изыскать возможность введения нового вида практики – краеведческой.

Для того чтобы успешно работать в сфере туризма, необходимо знать иностранный язык, желательно английский. Каждый работник хорошего отеля, от администратора до горничной, должен владеть иностранным языком. В этом вопросе у нас имеются существенные проблемы, и в своем большинстве выпускники не соответствуют данным требованиям. Согласно учебному плану, иностранный язык изучается на первом курсе в течение двух семестров. Изучают студенты и второй иностранный язык. Как правило, студенты выбирают один из европейских языков, но у нас увеличивается поток китайских граждан, с удовольствием приезжающих в Беларусь не только учиться и работать. Правила гостеприимства требуют знание языка гостя, тем более что среди китайцев растет интерес к «красному туризму», а Беларуси есть что показать. Чтобы качественно выучить иностранный язык, необходимо время, а аудиторного времени недостаточно даже для среднего усвоения языка, поэтому целесообразно при разработке нового образовательного стандарта существенно увеличить количество часов, отводимых на изучение иностранных языков.

Еще одним немаловажным качеством должен обладать специалист – умением грамотно говорить. Особенно это качество необходимо работникам отелей, гидам и экскурсоводам. Мы наблюдаем процесс постепенного исчезновения текстовой культуры, утрачивается интерес к качественной литературе. «Люди не перестали читать, но предпочитают читать литературу легкую, не заставляющую долго размышлять над сюжетом, без особых стилистических изысков. В интернете информация подается лаконично, красочно, часто с элементами скандальности, но в любом случае эта информация не требует длительной концентрации внимания» [7, с.72]. В результате преподаватели столкнулись с тем фактом, что многие студенты не могут качественно воспринимать сложные тексты больших объемов и тем более эмоционально, грамотно и логически последовательно пересказать. Возможно, данную проблему помогут решить введение в учебный план таких учебных дисциплин, как «Культура речи» или «Основы ораторского искусства». В качестве дополнительных мер можно проводить конкурсы экскурсоводов и работников отелей, привлекать студентов для проведения профориентационной работы и т. д.

Следует также увеличить часы и пересмотреть содержание такой учебной дисциплины, как «Информационные технологии». К сожалению, у работников белорусских туристических компаний достаточно низкая цифровая грамотность, чаще всего они отдают предпочтение традиционным (привычным) формам ведения бизнеса. При этом все понимают, что

индустрия туризма именно благодаря информационным технологиям получила уникальную возможность расширить свою клиентуру и улучшить качество обслуживания. Те фирмы, которые поняли все плюсы цифровизации, добились впечатляющих результатов от использования таких технологий, как большие данные, облачные вычисления, блокчейн, когнитивные вычисления, роботы и т. д. Очевиден факт, что туристические компании, которые не могут по каким-либо причинам применить информационные технологии, не смогут выстоять в конкурентной борьбе и обанкротятся.

Как уже отмечалось, специалист в сфере туризма должен быть инициативным, творческим человеком, хорошо чувствовать конъюнктуру рынка, т. е. быть хорошим предпринимателем. В Беларуси активно развивается сельский и экологический туризм, все большую популярность приобретает событийный туризм. Существуют перспективы у урбанистического, индустриального, мистического и «глубокого» туризма, но они найдут отклик больше у молодежи. Все эти виды туризма необходимо продолжать развивать. Помимо теоретической подготовки, студентам следует прививать практические навыки предпринимательской деятельности, формировать у них осознание ответственности за будущее благополучие, свое и своей страны. Решением этой проблемы будет активизация учебных заведений по организации бизнес-инкубаторов, студенческих научных бизнес-объединений, участие в профессиональных республиканских конкурсах, движении «JuniorSkills».

Наиболее существенными задачами по улучшению качества подготовки специалистов в сфере туризма в Республике Беларусь автор считает следующие. Приоритеты расставлены исходя из анализа образовательного процесса и белорусского туристического рынка и могут быть подвержены критике.

1. Необходимо создание экспертной комиссии по разработке нового образовательного стандарта, в состав которой помимо государственных служащих от образования и туризма должны входить представители туристического бизнеса.

2. Актуализировать научно-методическую и учебную литературу по подготовке специалистов в сфере туризма.

3. Адаптировать систему образования в области туризма к цифровой экономике. Изменить систему подготовки и переподготовки кадров в сфере туризма с учетом информационной революции и иных социальных и экономических факторов.

4. Провести переобучение в области информационной трансформации общества профессорско-преподавательского состава университетов и институтов, готовящих специалистов в индустрии туризма.

5. Рассмотреть вопрос о создании единого белорусского туристического кластера. Примеры подобного кластера можно наблюдать во многих

странах Европы – биотехнологический кластер в Германии, лесопромышленный в Финляндии, обувной в Италии и т. д.

6. Повысить уровень экономической и предпринимательской подготовки студентов учебных заведений туристической направленности.

7. Привлекать по мере возможности к образовательному процессу высококвалифицированных отечественных и зарубежных специалистов в сфере туризма.

Список использованных источников

1. Иноземцев, В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы [Электронный ресурс] / В. Л. Иноземцев. – Режим доступа: studfiles.ru/preview/2041314/. – Дата доступа: 16.07.2022.
2. Красильникова, Ю. Манифест Четвертой промышленной революции [Электронный ресурс] / Ю. Красильникова. – Режим доступа: https://hightech.fm/2016/01/21/industrial_revolution_the4th. – Дата доступа: 16.07.2022.
3. Национальная стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/utverzhdena-natsionalnaya-strategiya-razvitiya-turizma-v-respublike-belarus-do-2035-goda/>. – Дата доступа: 15.07.2022.
4. Левина, М. А. Подготовка кадров для туристского бизнеса / Современные проблемы науки и образования. – 2006. – № 1 [Электронный ресурс] / М. А. Левина. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=74#>. – Дата доступа: 15.07.2022.
5. Садовая, Е. С. Формирование новой социальной реальности: технологические вызовы : монография / Е. С. Садовая, В. А. Сауткина, А. Р. Зенков. – М. : ИМЭМО РАН, 2019. – 190 с.
6. Государственная программа «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0>. – Дата доступа: 15.07.2022.
7. Мижевич, О. М. Модернизация семинарских занятий по социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях высшего образования / О. М. Мижевич, Т. А. Юрис // Потребительская кооперация. – 2015. – № 2. – С. 70–74.

Михайлова О. Н.,
кандидат технических наук, доцент

Гусарова О. А.,
кандидат педагогических наук, доцент учреждения образования
«Белорусский государственный университет физической культуры»

КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКОВ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ: ОЦЕНКА РАБОТОДАТЕЛЯМИ

Одним из основных факторов успешного развития общества является эффективное функционирование его социальной сферы и, в частности, системы образования. Информатизация и цифровизация общества, интеллектуализация всех сфер деятельности предполагает все возрастающую значимость общей и профессиональной образованности подрастающего поколения. Высшее образование в настоящее время является важнейшей составляющей развития государства, без него невозможно продвижение науки, культуры, искусства, производства, т. е. того, что и делает государство сильным.

В Республике Беларусь обучение в учреждениях высшего образования (далее – УВО) ориентировано на рынок труда и запросы работодателей. Данная тенденция требует от УВО эффективного взаимодействия с компаниями-работодателями и адекватной реакции на возрастающие требования, в том числе с последующим применением инновационного, компетентностного подхода к образовательному процессу. Компетентностная модель специалиста содержит требования к знаниям, умениям и навыкам, которыми должен обладать выпускник УВО; определяет профессиональные функции и степень готовности к их выполнению [1].

Подготовка высококвалифицированных специалистов, способных обеспечить инновационное развитие национальной экономики [2], удовлетворить потребности соответствующей отрасли, – задача, определенная Государственной программой Республики Беларусь **«Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы** [3], может быть решена за счет достижения стратегической цели – повышения качества образования [4].

В современных условиях развития экономики на рынке образовательных услуг отмечается постоянная конкуренция – специалисты соперничают друг с другом за рабочие места. Общеизвестно, что именно востребованность и высокая конкурентоспособность выпускников УВО на рынке труда являются одним из показателей эффективности его работы. Качество образования

оценивается все в большей степени непосредственно рынком труда. Для обеспечения эффективного взаимодействия системы высшего профессионального образования с рынком труда УВО обязано решать следующие задачи [5]: вести подготовку по специальностям, пользующимся спросом на рынке труда; предоставлять качественное образование, позволяющее выпускникам адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка труда; содействовать трудоустройству выпускников.

Повышенные требования, предъявляемые работодателями к специалистам, по-новому ставят вопрос об уровне их профессиональной квалификации [5]. Поэтому приоритетной целью каждого УВО является создание необходимых условий для воспитания студента как конкурентоспособного специалиста со сформированными и актуальными для рынка труда знаниями, умениями и навыками. Достижение цели осуществляется посредством совершенствования качества образования (как комплекса характеристик, определяющих способность специалиста успешно осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с современными требованиями экономики) и своевременной реакции УВО на изменения, происходящие в экономике [6].

Качество образовательной деятельности характеризуется различными составляющими, включающими такие понятия, как наличие образовательного стандарта высшего образования и качество его реализации; уровень профессиональной подготовленности профессорско-преподавательского состава УВО; качество организации образовательного процесса и его научно-методического обеспечения, а также качество субъектов обучения.

Выделяются внешняя и внутренняя системы оценки качества образования.

Внешняя система оценки представлена государственными институтами лицензирования и аккредитации учреждений образования, а также сертификации основных процессов деятельности УВО, определяющих организацию и содержание профессионального образования.

Внутренняя система оценки качества образования организуется в учреждении образования в формах итоговой и текущей аттестации обучающихся, а также в системах самооценки УВО и их подразделений [7].

Эффективность процесса подготовки специалистов в УВО может быть определена путем объективной оценки различных составляющих образовательного процесса, полученной, в первую очередь, за счет информации от потребителей образовательных услуг различного уровня (студентов, выпускников, работодателей) в рамках организации обратной связи с ними. Всесторонний анализ подобной информации может служить отправной точкой для принятия руководством УВО управленческих решений, несущих необходимые корректирующие действия.

В рамках успешно функционирующей в Белорусском государственном университете физической культуры (далее – университет) системы менеджмента качества, сертифицированной в соответствии с требованиями государственного стандарта СТБ ISO 9001-2015 и международного стандарта ISO 9001:2015, на протяжении длительного времени, начиная с 2013/2014 учебного года, посредством анкетирования проводится мониторинг удовлетворенности потребителей.

Мониторинг удовлетворенности потребителей позволяет: обеспечить необходимые требования к качеству предоставленных услуг; подтвердить уверенность в результативности функционирования системы менеджмента качества; достичь целей, определенных политикой в области качества; определить пути совершенствования и постоянного улучшения системы менеджмента качества; совершенствовать организационную среду учреждения высшего образования [4].

В этой связи наиболее важным представляется анализ степени удовлетворенности именно работодателей качеством профессиональной подготовки выпускников УВО. Мнение работодателей, выступающих в роли «потребителей их профессиональных компетенций», рассматривается как критерий качества подготовки специалиста [8].

На факультете менеджмента спорта, туризма и гостеприимства (далее – факультет) Института менеджмента спорта и туризма БГУФК были проанализированы различные аспекты удовлетворенности работодателей (более 90 % – представители предприятий и организаций сферы туризма и гостеприимства) профессиональной подготовкой выпускников факультета за последние пять лет. Оценка (по 10-балльной шкале) проводилась в период прохождения выпускниками производственной преддипломной практики (табл. 1, 2, 3).

Таблица 1. Оценка работодателями уровня профессиональной подготовки выпускника факультета

Вид подготовки	Учебный год				
	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Социально-гуманитарная	8,6	8,7	9,3	9,5	9,0
Психолого-педагогическая	8,6	8,6	9,4	9,4	8,9
Общенаучная	8,5	8,7	9,1	8,7	8,7
Физическая	8,6	9,4	9,2	8,8	9,1
По специальности	8,7	9,4	9,3	8,6	9,1

Таблица 2. Оценка работодателями степени овладения выпускниками обобщенными компетенциями

Компетенции	Учебный год				
	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Владение методами системного и сравнительного анализа	8,2	8,5	8,9	8,6	8,6
Сформированность критического мышления	8,3	8,5	9,1	8,7	8,8
Владение умениями проектирования и прогнозирования	8,5	8,4	8,9	8,9	8,6
Умение учиться и постоянно повышать свою квалификацию	9,0	9,0	9,3	9,4	9,0
Умение работать в команде	9,1	9,5	9,7	9,5	9,3
Сформированность качеств, ценных для производственной деятельности	8,9	9,3	9,5	9,3	9,4

Таблица 3. Оценка работодателями качеств выпускника, способствующих его наиболее успешной адаптации к профессии

Качества специалиста	Учебный год				
	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Четкое выполнение распоряжений руководства	9,3	9,6	9,8	9,6	9,4
Умение поставить производственные интересы выше личных	8,6	8,9	9,1	8,7	8,8
Способность быстро принимать решения в изменяющихся условиях	8,2	8,9	9,2	8,9	8,8
Способность адекватно воспринимать критические замечания и пожелания в свой адрес со стороны администрации и коллег по работе	8,7	9,0	9,3	9,2	8,6
Умение активизировать на практике имеющийся знанийый багаж	8,6	8,9	9,3	8,7	9,0

Умение быстро наладить профессиональный контакт с коллегами по работе	9,2	9,5	9,5	9,3	9,1
Умение быстро наладить контакт с посетителями	8,8	9,5	9,3	9,4	9,0
Желание работать по специальности	8,7	8,9	8,8	8,8	8,5
Умение дать адекватную оценку результатам собственной работы	8,8	9,4	9,1	9,1	8,9

От современного сотрудника требуются не только глубокие профессиональные знания, но и наличие особых качеств, навыков, умений для карьерного роста (работа в команде, владение техникой переговоров, знание иностранных языков и проч.).

Работодателям, принявшим участие в анкетировании, было предложено оценить уровень владения выпускниками факультета основными знаниями, умениями и навыками. Все предложенные к рассмотрению параметры работодатели оценили на «отлично» и «хорошо». Диапазон выставленных баллов составил: от минимального – 8,2 до максимального – 9,8. Если проранжировать уровень знаний, умений и навыков, оцененный работодателями, то, как видно из представленных данных, верхние строки рейтинга занимают: «Четкое выполнение распоряжений руководства», «Умение работать в команде», «Умение быстро наладить профессиональный контакт с коллегами по работе» и «Умение быстро наладить контакт с посетителями». На нижних строках рейтинга находятся следующие качества выпускника: «Способность быстро принимать решения в изменяющихся условиях», «Владение методами системного и сравнительного анализа», «Сформированность критического мышления», «Владение умениями проектирования и прогнозирования».

Подводя итоги проведенного исследования, можно констатировать, что качество профессиональной подготовки выпускников факультета/университета оценивается работодателями как достаточно высокое с возможной перспективой дальнейшего повышения.

Достичь более высоких показателей университет может за счет ряда конкретных мер:

1. Выявление тенденций развития рынка труда, проведение мониторинга изменения требований работодателей с целью разработки квалификационных характеристик выпускников.

2. Привлечение работодателей к различным формам сотрудничества с УВО для объединения усилий по подготовке конкурентоспособного

профессионала, в числе которых могут быть: участие в разработке и корректировке учебных планов и учебных программ; совместная разработка методических указаний (рекомендаций) по содержанию практик и практико-ориентированных учебных дисциплин; учет потребностей работодателей при разработке учебно-методических комплексов по учебным дисциплинам; финансовая поддержка исследовательских проектов, стипендии студентам, гранты преподавателям; создание на предприятиях филиалов профильных кафедр.

Создание эффективной системы управления качеством образования в университете напрямую связано с обеспечением и анализом объективных потребностей реального сектора экономики и рынка труда в целом, что поможет обеспечить баланс интересов работодателей, УВО и обучающихся.

Список использованных источников

1. Мисиченко, Н. Ю. Модель трудоустройства выпускников вуза в системе обеспечения качества подготовки специалистов / Н. Ю. Мисиченко // Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ» [Электронный ресурс]. – 2009. – № 1. – С. 260–270. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-trudoustroystva-vypusknikov-vuza-v-sisteme-obespecheniya-kachestva-podgotovki-spetsialistov>. – Дата доступа: 27.07.2022.
2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/P32100348_1632171600.pdf. – Дата доступа: 27.07.2022.
3. Государственная программа «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100057&p1=1>. – Дата доступа: 27.07.2021.
4. Михайлова, О. Н. Мониторинг удовлетворенности потребителей как инструмент менеджмента качества: реализация образовательного стандарта подготовки специалистов сферы туризма и гостеприимства / О. Н. Михайлова, О. А. Гусарова // II Европейские игры-2019: перспективы развития индустрии спорта, туризма и гостеприимства : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 4–5 апреля 2019 г. / Белорус. гос. ун-т физ. культуры ; редкол.: Т. А. Морозевич-Шилюк (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУФК, 2019. – С. 123–126.
5. Шполянская, И. Ю. Анализ требований работодателей в системе поддержки трудоустройства выпускников вуза / И. Ю. Шполянская, Н. Ю. Мисиченко // Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ» [Электронный ресурс]. – 2009. –

- № 2. – С. 330–337. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-trebovaniy-rabotodateley-v-sisteme-podderzhki-trudoustroystva-vypusknikov-vuza/viewer>. – Дата доступа: 27.07.2022.
6. Акулич, М. М. Оценка работодателями качества подготовки выпускников Тюменского государственного университета / М. М. Акулич, Г. З. Ефимова // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления : материалы международной конференции. Екатеринбург, 28 февраля 2014 г. [Электронный ресурс]. – Екатеринбург : УрФУ, 2014. – Т. 3. – С. 4–9. – Режим доступа: <https://elab.urfu.ru/handle/10995/29846>. – Дата доступа: 27.07.2022.
 7. Степаненко, И. В. Критерии оценки качества образовательного процесса в вузе / И. В. Степаненко, И. Р. Позднякова // Международный журнал экспериментального образования [Электронный ресурс]. – 2010. – № 4. – С. 35–36. – Режим доступа: <http://expeducation.ru/ru/article/view?id=362>. – Дата доступа: 27.07.2022.
 8. Воробьева, Н. В. Качество профессиональной подготовки выпускников (в оценке работодателей) / Н. В. Воробьева, В. В. Чашин, Н. Н. Минеев // Экономика региона [Электронный ресурс]. – 2008. – Приложение к № 2. – С. 74–90. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-professionalnoy-podgotovki-vypusknikov-v-otsenke-rabotodateley/viewer>. – Дата доступа: 27.07.2022.

Починок Т. В.,
кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой межкультурных коммуникаций
и международного туризма учреждения образования
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»

ИЗ ОПЫТА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОМЕЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ФРАНЦИСКА СКОРИНЫ)

В 2021 г. в Гомельском государственном университете имени Франциска Скорины началась подготовка обучаемых по специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)» с присвоением квалификации «переводчик-референт (со знанием двух иностранных языков)», «специалист по межкультурным коммуникациям». В соответствии с типовым учебным планом в рамках формируемой профессиональной компетенции студенты должны быть способны осуществлять коммуникацию на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; обладать знанием культурных норм и ограничений в общении, обычаев, традиций и этикета; быть способными учитывать культурное разнообразие стран и народов в практике межкультурной коммуникации; обладать гуманистическим мировоззрением, качествами гражданственности и патриотизма.

Представим примеры подготовки специалистов по данному направлению в контексте формирования необходимых аспектов профессиональной компетенции.

Для овладения студентами знаниями о межкультурных особенностях народов мира в контексте исследовательской деятельности одним из показательных примеров является проведение тематических научных конференций по аспектам межкультурной коммуникации и культурно-исторического наследия стран и народов мира, на которых студенты могут представить результаты своих научных исследований по данной тематике.

В рамках Дней студенческой науки в Гомельском государственном университете имени Франциска Скорины ежегодно проводится студенческая научно-практическая конференция. Для студентов специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)» организуется

секция «Культурно-историческое наследие народов мира», на которой студенты представляют результаты своих научных исследований по разным аспектам данной единой ключевой темы. Результаты студентов затем оформляются и публикуются в виде научных статей в ежегодных научных сборниках студенческой конференции «Творчество молодых» и «Дни студенческой науки».

В контексте международного научного сотрудничества студенты 2-го курса специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)» Гомельского университета приняли участие в международной студенческой научно-практической конференции «Doing tourism business in Russia», которая проводилась в Российской международной академии туризма (г. Москва, Российская Федерация). Организатором конференции выступила кафедра иностранных языков и зарубежного страноведения академии. Цель конференции – определение актуальных и перспективных направлений научных исследований и практических разработок в области менеджмента туризма. В соответствии с программой конференции один участник от каждого университета должен был на английском языке представить результаты своих исследований. На конференции рассматривались актуальные вопросы развития международного и внутреннего туризма, а именно вклада туристической индустрии в устойчивое развитие, туристического и рекреационного потенциала регионов России, образовательные туры в Россию для иностранцев, развитие различных видов туризма в России, развитие внутреннего и въездного туризма, перспективы развития международного сотрудничества в сфере туризма и др.

В конференции принимали участие студенты Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Московского государственного областного университета, филиалов РМАТ – Армянского института туризма, Воскресенского института туризма, Milan University Bicocca (Italy), Российской международной академии туризма. Белорусская сторона была представлена Гомельским государственным университетом имени Франциска Скорины и докладом студента на тему «UNESCO heritage monuments in the Republic of Belarus» («Памятники культурно-исторического наследия ЮНЕСКО в Республике Беларусь»). В докладе были рассмотрены история и современность таких культурных достопримечательностей Республики Беларусь, как Беловежская пуща, Мирский замок, Геодезическая дуга Струве, Дворцово-парковый комплекс Радзивиллов в Несвиже, а также объектов для образовательного и патриотического туризма по истории Великой Отечественной войне – мемориальный комплекс «Хатынь», мемориальный комплекс «Брестская крепость – герой» и военно-патриотический комплекс «Ола».

В соответствии с государственной программой Республики Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. в связи с необходимостью

увеличения количества аттестованных экскурсоводов и гидов-переводчиков по разным иностранным языкам, в университете ведется планомерная и целенаправленная работа по увеличению количества *аттестованных гидов-переводчиков по разным иностранным языкам для продвижения национального туристического продукта и укрепления туристической привлекательности Беларуси для иностранных туристов*. Сотрудники Гомельского государственного университета имени Франциска Скорины ежегодно участвуют в проведении профессиональной аттестации экскурсоводов и гидов-переводчиков совместно с Национальным агентством по туризму и профильными государственными структурами, курирующими туристическую сферу.

Получив квалификацию гида-переводчика, студенты смогут квалифицированно и профессионально представить на иностранном языке белорусскую национальную историю и культуру для зарубежных туристов. Основой могут служить не только памятники культуры, но и объекты национальных традиций и фольклора. К примеру, этноагроэкоусадьба «Естествознание», Житковичский район, д. Хвоенск, где расположена самая большая печь на Полесье, в которой покажут, как выпекать хлеб из натуральной закваски, обучат некоторым тонкостям травничества. Необходимо уметь показать и рассказать иностранным туристам о военно-патриотическом маршруте «Вечной памятью живы...», в который входят такие объекты, как мемориальный комплекс «Ола», где на рассвете 14 января 1944 г. были убиты 1758 человек, мемориальный комплекс «Памятник детям – жертвам Великой отечественной войны 1941–1945 годов», мемориал «Операция Багратион», место, с которого началось масштабное освобождение Беларуси.

Интерес у иностранных туристов вызывает и посещение национальных самобытных мероприятий, которые носят международный характер и позволяют познать глубже белорусскую народную культуру. Например, Международный фестиваль этнокультурных традиций «Зов Полесья» в агрогородке Лясковичи в Петриковском районе. Фестиваль превращается в историко-этнографический музей под открытым небом, включая дегустацию национальной кухни, аутентичные мастер-классы и выставку туристического потенциала всех областей Республики Беларусь. Международный фестиваль этнокультурных традиций «Зов Полесья» представляет белорусскую историю и самобытность белорусской народной культуры.

В университете в процессе обучения осуществляется подготовка студентов к получению дополнительной квалификации экскурсоводов и гидов-переводчиков. Примером мероприятий образовательного характера является серия профессионально ориентированных семинаров с сотрудниками Национального агентства по туризму Республики Беларусь о работе экскурсовода и гида-переводчика, знаменитых национальных туристических маршрутах, мето-

дических рекомендациях по проведению экскурсий. Осуществление данной подготовки предусматривается в рамках учебной ознакомительной практики по межкультурной коммуникации для студентов 1-го курса, которая включена в новый учебный план по данной специальности. Так, одним из заданий практики является проведение экскурсии на английском языке по одной из культурных достопримечательностей города Гомеля и Гомельского региона. Основой для составления и проведения экскурсии на английском языке являются в том числе справочные методические пособия, разработанные сотрудниками Национального агентства по туризму «Методические рекомендации по составлению и оформлению технологической карты и контрольного текста экскурсии», обучающие видеоматериалы «Использование специальных методических приемов при проведении экскурсии», «Материалы для подготовки к компьютерному тестированию с целью прохождения профессиональной аттестации, подтверждающей квалификацию экскурсоводов и гидов-переводчиков», «Методические рекомендации по проведению экскурсий с обучающимися различных возрастов» и другие.

Для обучения студентов умению представлять родную культуру на иностранном языке для иностранных туристов в контексте учебной практики по межкультурной коммуникации для студентов 1-го курса предусмотрена подготовка и защита реферата по теме межкультурных особенностей одной из иноязычных культур в соответствии с определенными параметрами для ее характеристики. Студенту необходимо проанализировать и систематизировать результаты исследования национальных особенностей одной из иноязычных культур по следующим тематическим аспектам:

- 1) краткий экскурс этнической истории;
- 2) основные черты национального характера и коммуникативного поведения по параметрам (индивидуализм/коллективизм; иерархичность/демократичность; высококонтекстность/низкоконтекстность; отношение к традиции; невербальное поведение).

Для развития образовательной деятельности студентов по освоению квалификации «переводчик-референт, специалист по межкультурным коммуникациям», с целью овладения знаниями об этнокультурных особенностях иноязычных культур, развития навыков межкультурной коммуникации, уважения и терпимости к межкультурному своеобразию и уникальности, для более глубокого понимания родной культуры осуществляется проведение различного рода круглых столов, научных конференций, дискуссий и семинаров.

К примеру, Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины выступил организатором проведения Международной тематической дискуссии «Culture is the fifth skill» («Культура – это пятый навык») Barry Tomalin по теме межкультурной коммуникации и культурных

особенностей стран и народов мира. В мероприятии в формате видеоконференции приняли участие 11 команд языковых специальностей белорусских и российских университетов. Каждому университету-участнику необходимо было выбрать одну из иноязычных культур и представить ее уникальные этнокультурные особенности в виде презентации на английском языке. В результате совместной проведенной работы с университетами-участниками были выбраны для сообщений разные культуры без повторений для максимально широкого охвата межкультурного разнообразия.

В студенческих презентациях нашли отражение особенности менталитета, ценностные ориентации, национально-специфические черты вербального и невербального поведения, национальный этикет, традиции и обычаи. Были рассмотрены культуры народов Японии, Южной Кореи, России, Норвегии, Великобритании, Израиля, Тайланда, Австралии и Китая. После каждой презентации в соответствии с форматом мероприятия предполагалось два вопроса от спикеров участникам дискуссии по презентуемой иноязычной культуре.

Еще одним показательным примером образовательных мероприятий по подготовке специалистов по направлению международного туризма является проведение разного рода англоязычных обучающих семинаров об этнокультурных особенностях представителей разных языковых сообществ. Так, для овладения умениями ведения деловых переговоров и организации делового взаимодействия с иноязычными партнерами был организован обучающий англоязычный семинар об особенностях проведения деловых переговоров в разных странах мира в рамках дисциплины «Теория и практика межкультурной коммуникации», который был проведен совместно с Белорусским государственным экономическим университетом. Студенты выполняли разного рода учебные задания по обучению ведению деловых переговоров с представителями разных стран, анализировали видеоматериалы и в заключении занятия представили подготовленные презентации по правилам и рекомендациям проведения делового взаимодействия с представителями Китайской Народной Республики, США, Германии и ОАЭ. Подобные мероприятия имеют не только образовательный характер, но способствуют развитию международного образовательного сотрудничества, так как позволяют студентам разных университетов, объединенных одной специальностью и квалификацией, сотрудничать и вместе изучать ключевые темы по дисциплинам учебной программы.

Одним из актуальных видов развития туризма в Республике Беларусь на современном этапе является промышленный туризм. Экскурсии по предприятиям Гомельского региона предоставляют собой уникальную возможность познакомиться с промышленным потенциалом региона, историей развития предприятий, производством продукции, которая является брендом страны.

В данном аспекте следует привести пример участия студентов в двухдневном выездном семинаре «Развитие промышленного и культурно-познавательного туризма в Гомельской области», организованном Национальным агентством по туризму и профильными государственными структурами в июле 2021 года. Участниками семинара явились руководители туристической индустрии, сотрудники Департамента по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, Национального агентства по туризму, представители общественных туристических объединений, экскурсоводы, гиды-переводчики, представители высших учебных заведений, специализирующихся на подготовке специалистов для туристической отрасли. В течение двух дней для участников семинара были организованы экскурсии на промышленные предприятия Гомельского региона – ОАО «Милкавита», ОАО «Гомельское ПО „Кристалл“», частный пивоваренный завод «Чисто пивовария», Государственное историко-культурное учреждение «Гомельский дворцово-парковый ансамбль», филиал «Добрушская бумажная фабрика „Герой труда“ ОАО „Управляющая компания холдинга „Белорусские обои“», ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» и государственное учреждение культуры «Ветковский музей старообрядчества и белорусских традиций им. Ф. Г. Шклярова». По итогам семинара был проведен круглый стол «Развитие туристического потенциала в Гомельской области: Ветковский и Добрушский районы». На круглом столе были сделаны сообщения об организации туристических маршрутов и подготовке кадрового потенциала для туристической индустрии Гомельской области. Подобные мероприятия способствуют профессиональному диалогу ответственных структур по развитию внутреннего туризма Республики, а также являются практико-ориентированными мероприятиями для студентов в овладении профессиональной компетенцией в будущей трудовой деятельности.

В дополнение примеров образовательной деятельности по направлению промышленного туризма следует отнести и профессиональные экскурсии студентов на промышленные предприятия и в организации Гомельского региона, а также приглашение сотрудников данных предприятий и организаций для совместного проведения информационных семинаров со студентами. Подобные образовательные мероприятия, которые можно также проводить в рамках учебной практики, будут способствовать профессиональному самоопределению и развитию студентов в будущей профессии.

Таким образом, в Гомельском государственном университете имени Франциска Скорины осуществляется комплексная и разноплановая профессиональная подготовка специалистов по направлению международного туризма и одновременно по развитию туристического потенциала и туристической привлекательности нашей страны.

Сарвари Р. Д.,
магистр экономических наук, МВА, аспирант кафедры экономики
учреждения образования «Полоцкий государственный университет
имени Евфросинии Полоцкой»

ПОДГОТОВКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ С ЭЛЕМЕНТАМИ ИНКЛЮЗИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ)

Человеческий капитал (ЧК) в туристической сфере имеет преимущественное значение, потому как формирует кадровый потенциал для развития отрасли и ее экономических показателей. При этом профессиональная подготовка и обучение кадрового состава влияет на будущие показатели туристического бизнеса. Особенно важным для экономики Республики Беларусь является внутренний туризм, поступления от которого могут быть использованы для формирования бюджетов территорий. Также положительная динамика от деятельности субъектов внутреннего туризма впоследствии отражается на общем макроэкономическом индикаторе – вкладе туризма в ВВП.

Согласно систематизированному указателю специальностей, направлений специальностей, специализаций и квалификаций высшего образования, представлено порядка 20 направлений подготовки высококвалифицированных специалистов для сферы туризма. Каждое из них определяет квалификацию будущего специалиста – эффективно позволяет регулировать сферу туризма во взаимозависимости от потребностей рынка труда. Важно отметить, что подготовка специалистов туристического профиля проходит не только в вузах, но и в учреждения среднего специального и профессионально-технического образования (табл. 1).

Таблица 1. Количественный состав обучающихся и выпускников по уровню получения образования (на примере 2018/2019 учебного года).

Уровень образования	Численность учащихся на начало учебного года 2018/2019 гг. по профилю «Физическая культура. Туризм и гостеприимство»	Принято на начало 2018/2019 гг. всего	Принято на начало 2018/2019 гг. по профилю «Физическая культура. Туризм и гостеприимство»	Выпуск квалифицированных специалистов на 2018/2019 гг. всего	Выпуск квалифицированных специалистов на 2018/2019 гг. по профилю «Физическая культура. Туризм и гостеприимство»

Профессионально-техническое	88 чел.	30,3 тыс. чел.	31 чел.	29 тыс. чел.	-
Среднее специальное	1,6 тыс. чел.	38,4 тыс. чел.	0,7 тыс. чел.	33,8 тыс. чел.	0,6 тыс. чел.
Высшее	7 тыс. чел.	58,9 тыс. чел.	1,7 тыс. чел.	64,9 тыс. чел.	1,6 тыс. чел.

Источник: представлено на основании данных [1].

Показатели набора учреждений среднего специального образования отражают положительную динамику роста набора учащихся по профилю «Туризм и гостеприимство», а также говорят о возросшем интересе поступающих к данной специальности на профессионально-техническом уровне, однако также и об убывающем интересе на уровне высших учебных заведений, что потенциально сказывается на количестве высококвалифицированных специалистов в отрасли, в итоге влияющем на агрегированный показатель квалифицированной рабочей силы в сфере туризма. По мнению автора, данная динамика потенциально может негативно отразиться в будущем на развитии туристического бизнеса, в частности на количественно-качественном составе рабочей силы и показателях занятости в сфере туризма. В связи с этим обучение ЧК перспективно может включать в себя не только стандартную программу подготовки на уровне профтехнических, средних специальных и высших учебных заведений, а также иметь набор инструментов для максимально практико-ориентированного обучения.

Автор согласен с общепринятым пониманием о том, что хорошая теоретическая подготовка – залог качественной работы специалиста: без базовых знаний географии и краеведения, климатических и культурно-исторических особенностей конкретного направления и основ психологии менеджер по туризму не будет иметь возможности грамотно проконсультировать клиента, подобрать или составить тур в соответствии с его запросами. Вместе с тем при отсутствии практики у новопринятого специалиста бизнес теряет минимум 2–4 недели на детальный онбординг нового сотрудника, а также минимум три месяца (период испытательного срока) для:

- введения сотрудника в принцип работы компании;
- объяснения ему понимания правил взаимодействия с клиентами;
- а также нахождения правильного подхода для применения полученных специалистом в университете знаний на практике и т. д.

Важно отметить, что подготовка кадров для туристической сферы связана с рядом особенностей. Прежде всего, важную роль играют не только профессиональные компетенции, но и коммуникативные навыки. Туристическая

отрасль интегрирует в себе как высокотехнологичные, так и социально-психологические аспекты деятельности, что формирует высокий уровень требований к системе подготовки кадров [2, С. 510].

Туристический бизнес имеет сезонность, а значит, при потере времени на обучении специалиста в компании в сезонный год компания-работодатель имеет шансы недополучить возможную часть прибыли от работы сотрудника ввиду отсутствия у него опыта. Кроме того, стоит понимать: за время обучения в университете (базово – 4 года) в туристическом секторе происходят изменения (ввиду соответствующих изменений внутри страны (внутренний туризм), а также ввиду социально-экономико-политических изменений извне (внешний туризм)). В данной ситуации автор видит следующие привилегии наличия практического применения (работы, стажировки в организациях туризма) знаний обучающихся уже в период обучения в учреждениях среднего, профессионального и высшего уровня:

- погружение в деятельность компаний – будущие места трудоустройства;
- предметное и личное знакомство с будущей профессией и ее спецификой;
- понимание приоритетных навыков и смежной профподготовки, необходимых для: а) трудоустройства в компанию сферы туризма, б) эффективной работы в ней, в) результативного и долгосрочного развития будущего сотрудника на местах, и т. д.;
- возможность налаживания личных связей в сфере, в будущем необходимых для трудоустройства по специальности (по распределению или без);
- наличие возможности лично отследить на практике, как тенденции рынка влияют на работу компаний туристического бизнеса в современных условиях при изменении внутренних или внешних правил и условий работы и т. д.

Данные привилегии способствуют преодолению негативных последствий от чрезмерной академичности, которой обладают новонанятые специалисты, когда во главе стоит теория и не учитывается реальная ситуация, условия рынка, проблема или динамика развития рынка и его показателей (спроса и предложения).

Кроме того, активное развитие туризма обуславливает особый подход к процессам подготовки профессиональных кадров, потребность в которых из года в год будет расти. В странах Европы большинство школ туристического и гостиничного дела открыты на базе действующих гостиниц, где студенты живут, учатся и работают. Такая модель подготовки персонала предполагает включение обучающихся в реальную профессиональную среду, что дает им возможность решать профессиональные задачи одновременно в производ-

ственно-технологической и сервисной деятельности, с погружением во все технологические процессы отрасли [3, С. 106].

Автор также подчеркивает, что наличие спроса на туристические услуги рождает туристическое предложение, что в свою очередь дает возможность потребителю выбирать наиболее подходящий вариант путешествия. Это трансформирует восприятие и оценку качества услуг во внутреннем туризме. Среди критериев выбора вверху пирамиды теперь стоят: качество обслуживания клиентов, география услуг компании, отзывы о работе бизнеса от его клиентов и партнеров, и т. д. Потребители становятся более чувствительными к качественным показателям и уровню обслуживания, и такие изменения необходимо учитывать, в том числе при подготовке кадров для туристической отрасли. Уже недостаточно предложить заранее сформированный стандартный пакетный тур, теперь на первый план выходит персонализация обслуживания и личные продажи. Любая компания туристического бизнеса обязана иметь множество каналов продвижения своих сервисов и услуг для большего охвата целевой аудитории, а использование интернет-технологий и грамотное формирование визуального образа туристского продукта способствуют росту клиентской аудитории и долгосрочному ее удержанию – созданию баз лояльного покупателя. Лояльный покупатель не идет к конкурентам, лояльный покупатель после оформления сервиса сегодня приходит за ним и в следующий сезон, а также готов с пониманием относиться к происходящим изменениям в нравящейся ему туристической фирме, если эти изменения существенно не сказываются на будущем предложении и в принципе возможности работать с этой компанией для путешествий по стране. Все вышеперечисленное особенно важно, когда речь идет о внутреннем туризме, который получает больший набор преимуществ при серьезных рисках и ограничениях выездного туризма.

Таким образом, чтобы база лояльных покупателей туристической компании росла, бизнес должен иметь качественный кадровый состав и возможности его обучения/переобучения. В свою очередь образовательные учреждения должны иметь современные программы обучения с гибким подходом подготовки будущих специалистов, когда учитывается специфика специальности, направления применения знаний и навыков, полученных в процессе обучения, а также имеются возможности и партнеры для практической адаптации будущих специалистов и помощи им.

Автор разделяет мнение М. В. Жуковца о том, что персонал, занятый в сфере туризма, должен обладать необходимым уровнем профессиональных компетенций, уметь решать самые различные вопросы, с которыми могут столкнуться туристы в процессе посещения объектов туристской индустрии. Важной задачей становится уметь формировать новые туристские продукты, поддерживать достаточный туристский поток и повышать их

привлекательность. Большую роль будут выполнять знания и умения проектирования новых туристских продуктов и проектного управления, а также управления процессами обеспечения качества и его контроля на всех этапах оказания туристских услуг [3, С. 106].

Рассматривая кадровый человеческий капитал, необходимый для долгосрочного развития туристического бизнеса, могут быть предложены следующие меры, способствующие результативному взаимодействию между учреждениями образования и туристическим бизнесом:

- увеличение взаимовыгодного партнерства между учреждениями образования и представителями турбизнеса;
- повышение заинтересованности студентов в специальности за счет предоставления возможности прохождения долгосрочных (более 6 месяцев) стажировок или практики на возможных местах работы в рамках совместных программ между учреждениями образования и представителями турбизнеса;
- возможно, рассмотрение программ по предоставлению льгот (например, экономических) компаниям, оказывающим поддержку учреждениям образования в процессе трудоустройства, предложения стажировок, практики студентам, что должно мотивировать субъекты бизнеса принимать более активное участие в процессах обмена опытом между студентами и реальными компаниями;
- предоставление привилегий студентам (обучающимся), которые в процессе получения академических знаний стремятся попробовать их применение на практике в компании-партнере учреждения образования (например, наличие согласованного свободного графика посещений занятий);
- организация совместных площадок (мероприятий), в которых могут принимать участие профессорско-преподавательский состав учреждений образования, осуществляющих академическую подготовку будущих специалистов турбизнеса, и самих представителей турбизнеса для обмена опытом, обсуждения перспектив развития сферы и ее реальные приоритеты, а также нахождения совместных решений на пути повышения интереса к внутреннему туризму и увеличения спроса на данный вид туризма со стороны потребителя и т. д.;
- совместная работа над созданием материалов подготовки нового поколения с учетом изменяющейся работы сектора туризма, которые будут включать в себя не только образовательную литературу по направлению обучения, а также современные информационно-технологические подходы для передачи знаний учащимся (например, организаций вебинаров и круглых столов онлайн с представителями бизнеса);

- создание площадок для реализации идей студентов в направлении туристического бизнеса при поддержке субъектов туристической сферы (например, стартап-инкубаторы);
- реализация программ обмена между туристическими предприятиями и учебными заведениями. В рамках этих программ представители отрасли обязуются преподавать в учебных заведениях в течение определенного периода времени. При этом преподаватели, работающие в образовательных учреждениях, могут работать в учреждениях отрасли на определенный период времени для получения практического опыта, необходимого для практико-ориентированной подготовки учащихся, и т. д.

По мнению автора, предложенные выше меры будут способствовать присутствию элемента инклюзивности (от англ. inclusion – включение) в направлении обучения будущих менеджеров по туризму, когда для образования и передачи навыков и знаний используются оба направления: академический и практико-ориентированный.

Список использованных источников

1. Образование в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/78b/78bd508ae57d14b1772e94903ba90b80.pdf>. – Дата доступа: 14.07.2022.
2. Фролова, Е. В. Подготовка кадров как фактор развития туристической отрасли в Российской Федерации [Текст] / Е. В. Фролова, Т. М. Рябова, О. В. Рогач // Междун. электронн. научн. журнал «Перспективы науки и образования». – 2019. – Вып. 5 (41). – С. 503–5016. – Библиогр.: с. 107.
3. Жуковец, М. В. Профессиональная подготовка кадров для сферы туризма как возможность развития внутреннего туризма регионов (аналитический обзор) [Текст] / М. В. Жуковец // Вест. Науч.-исследоват. центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2021. – Вып. 1. – С. 104–108. – Библиогр.: с. 513.

Толкач О. В.,
магистр экономики и управления,
директор ЧТУП «Туристическое агентство “ГалилеоТур”»

К ВОПРОСУ О КОМПЕТЕНЦИЯХ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ

Главным ресурсом любого предприятия индустрии туризма и гостеприимства являются люди, от которых напрямую зависит качество предоставляемых услуг. Качественный туристический продукт как сложный и уникальный комплекс услуг, работ и товаров – это результат взаимодействия десятков специалистов различных профессий – от специалиста по туризму, который грамотно составил маршрут и программу тура, до вежливого водителя и приветливого администратора отеля.

Индустрия туризма – это сложный многоотраслевой комплекс, создающий условия для путешествий и отдыха, призванный удовлетворить разнообразные потребности туристов. Традиционно туристическая индустрия включает:

- организации, осуществляющие туроператорскую и турагентскую деятельность;
- гостиницы и иные предприятия, предоставляющие услуги размещения;
- предприятия питания;
- предприятия, оказывающие транспортные услуги.

Кроме того, сюда входят предприятия торговли, сферы досуга и развлечения, экскурсоводы, гиды-переводчики и др.

Говоря об индустрии гостеприимства в узком смысле слова, подразумевают, как правило, совокупность средств размещения и питания. Однако современная индустрия гостеприимства (hospitality industry) – это комплексная сфера деятельности, обладающая развитой инфраструктурой и включающая, помимо вышеперечисленных, широкий круг областей и секторов экономики (музеи и экскурсионные объекты, тематические парки, выставочные центры, прокат автомобилей, казино и др.), предназначенных для удовлетворения потребностей человека в отдыхе, удовольствиях, новых впечатлениях. При этом услуги индустрии гостеприимства предоставляются не только туристам, но и местным жителям.

Обе индустрии тесно взаимосвязаны, как и невозможно представить туризм без гостеприимства. Гостеприимство – это тонкое понятие и важнейшее потребительское свойство туристического продукта. Это готовность с искренней радостью принять гостей, умение дать почувствовать, что им рады, щедрость, радушие и уважение в общении.

Анкетирование, проведенное автором в июле 2022 года, привело к ряду неоднозначных выводов. Опрос зарубежных туристов в рамках шестидневного тура по Беларуси показал снижение качества обслуживания на отдельных предприятиях индустрии туризма и гостеприимства. Стоит отметить тот факт, что респонденты ранее уже путешествовали по нашей стране в рамках аналогичных туров (некоторые экскурсионные объекты, средства размещения и предприятия питания были включены во все туры) продолжительностью 4–5 дней (2014 год, 2017 год), что, несомненно, говорит об определенной доле «экспертности» опрошиваемых. В частности, замечания касались уровня сервиса некоторых предприятий питания и размещения (неопытность, медлительность, безынициативность в работе официантов и администраторов), а также обслуживания в музейных, экскурсионных и торговых объектах (незаинтересованность и мотивация). В свою очередь, была положительно оценена работа гидов-экскурсоводов на маршруте, отмечено неизменно высокое качество питания, хорошие условия проживания (удобство, комфорт, качество уборки и пр.). Кроме того, автор хотел бы отметить, что изменения в качестве сотрудничества с поставщиками услуг присутствовали и на этапах планирования и организации тура.

Причины таких изменений очевидны. Туристическая отрасль Республики Беларусь в последние несколько лет подверглась значительной трансформации. Появление и распространение COVID-19 по всему миру оказало отрицательное воздействие на функционирование отрасли, существенным образом изменило привычные методы работы, нарушило устоявшиеся процессы и связи. В 2020 г. в условиях закрытых границ, прежде всего, пострадал выездной туризм. Рынок въездного туризма был парализован вследствие резкого сокращения количества туристических поездок в Республику Беларусь, внутренний туристический поток сократился практически вдвое, как и поток в санаторно-курортные и оздоровительные организации. Это подтверждают статистические данные, представленные в таблице 1.

**Таблица 1. Данные о туристических потоках
в Республике Беларусь в 2019–2021 гг.**

Показатель	Год			Темп роста 2021 г. к 2019 г., %
	2019	2020	2021	
Внутренний туристический поток, тыс. чел.	1 106,9	571,5	1 187,9	107,3
Въездной туристический поток, тыс. чел.	11 832,1	3 598,5	3 361,0	28,4
Выездной туристический поток, тыс. чел.	9 221,2	2 810,4	2 615,6	28,4
Санаторно-курортное лечение и оздоровление, тыс. чел.	1 389,0	800,0	1 272,0	91,6

Примечание – Источник: авторская разработка на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [1].

Такая нестабильность туристических потоков отразилась на работе предприятий индустрии туризма и смежных отраслей. Деятельность некоторых из них была приостановлена, часть прекратила свое существование. Многие продолжили работу в режиме оптимизации издержек, в том числе перехода на неполный рабочий день либо удаленную работу, снижения уровня заработной платы, а также вынужденного сокращения персонала. Из таблицы 2 видно снижение таких показателей деятельности туристической индустрии Республики Беларусь, как: количество организаций, осуществлявших туристическую деятельность; численность работников организаций, осуществлявших туристическую деятельность; число коллективных средств размещения; коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения.

Таблица 2. Отдельные показатели деятельности туристической индустрии Республики Беларусь в 2019–2021 гг.

Показатель	Год			Темп роста 2020 г. к 2019 г., %	Темп роста 2021 г. к 2019 г., %
	2019	2020	2021		
Количество организаций, осуществлявших туристическую деятельность	1 544	1 348	1 315	87,3	85,2
Численность работников организаций, осуществлявших туристическую деятельность, чел.	5 453	3 865	3 621	70,9	66,4
Численность занятых в сфере туризма, чел.	243 292	251 902	247 684	103,5	101,8
Число субъектов агрозкотуризма	2 760	2 936	3 150	106,4	114,1
Число коллективных средств размещения	1 086	1 096	1 066	100,9	98,2
Коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения, %	32,2	18,8	25,4	58,4	78,9
Число объектов общественного питания, из них:	13 965	14 165	14 461	101,4	103,5
– рестораны	534	504	536	94,4	100,4
– кафе	2276	2315	2288	101,7	100,5

Примечание – Источник: авторская разработка на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [1].

Помимо этого, неблагоприятные внутренние и внешние политические и экономические явления (санкции со стороны западных государств и от-

дельных международных организаций, неблагоприятная геополитическая обстановка), которые последовали в 2021–2022 г. и усугубили положение дел в туризме, привели к убыточности туристических организаций, снижению финансовых результатов индустрии в целом, высвобождению рабочих мест. Значительная часть опытных и профессиональных кадров покинула отрасль либо вынужденно сменила род деятельности. Кроме того, произошел отток квалифицированного персонала за пределы Республики Беларусь [2, 3].

Таким образом, основываясь на результатах анкетирования и проведенного анализа, можно сделать вывод о наличии на сегодняшний день следующих актуальных проблем:

- дефицит опытных и квалифицированных кадров (главным образом – обслуживающего персонала, особенно в регионах);
- нехватка (либо отсутствие) грамотного управления персоналом в условиях быстро меняющейся внешней среды;
- отсутствие мотивации у сотрудников предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Актуальность вышеназванных проблем, которые, на наш взгляд, имеют тесную взаимосвязь, возрастает на фоне того, что в 2021 г. отмечается восстановление и даже незначительный рост внутреннего туристического потока, поток отдыхающих в санаторно-курортных и оздоровительных организациях Республики Беларусь приближается к цифрам 2019 г., активно развивается сельский туризм, о чем свидетельствует стабильный рост числа субъектов агроэкотуризма (таблицы 1, 2). Такая тенденция продолжается и в 2022 г. [4, 5].

Тем временем государство активно принимает меры по привлечению иностранных туристов и восстановлению въездного туризма. Яркий пример – введение безвизового режима въезда и увеличение сроков пребывания в Беларуси для граждан Литвы, Латвии и Польши; безвизовый порядок въезда для граждан из 73 стран с целью посещения и участия в мероприятиях фестиваля «Славянский базар»; семинары, выставки и ознакомительные туры для представителей туристической индустрии зарубежных стран, проводимые Национальным агентством по туризму Республики Беларусь, и др. Стоит отметить, что по данным Госпогранкомитета Республики Беларусь, по состоянию на 06.07.2022 г. безвизовым режимом для посещения нашей страны уже воспользовалось более 103 000 граждан сопредельных европейских государств [6].

Возникает закономерный вопрос о готовности и способности отечественной туристической отрасли предложить качественный продукт и услуги высокого уровня в условиях нестабильности туристических потоков.

Вопрос подготовки, обучения и повышения квалификации специалистов для сферы туризма и гостеприимства является наиболее важным. Ежегодно учебные заведения, страны готовят специалистов разного профиля:

экономистов-менеджеров, менеджеров по культурному наследию и туризму, переводчиков-референтов в сфере международного туризма, специалистов в сфере туризма и гостеприимства, экскурсоводов, турагентов, поваров, официантов и др. Однако, возвращаясь к понятию термина «гостеприимство» и специфике работы в сфере туризма и гостеприимства, простого освоения профессии недостаточно. Особое значение приобретает развитие у будущих специалистов некогнитивных способностей (soft skills) и трансверсальных компетенций.

Некогнитивные способности, такие как позитивное мышление, дисциплина, добросовестность, эмоциональная устойчивость и пр., являются важным дополнением к профессиональным навыкам (hard skills), получаемым в рамках системы образования и практической деятельности. Открытость новому, ориентация на взаимодействие с людьми, доброжелательность, способность договариваться и учитывать интересы других – черты, которые наиболее востребованы у работников туризма и гостеприимства при общении с клиентами.

Трансверсальные компетенции представляют собой набор тесно связанных специфических компетенций, которые могут применяться в широком спектре ситуаций, помогают успешно адаптироваться к различного рода изменениям, переносить полученные знания и навыки на свою профессию и вести продуктивную работу.

Информационная и технологическая грамотность, умение взаимодействовать в группах и коллективах (налаживание отношений с другими, работа в команде, регулирование конфликтов и их разрешение), внутренний locus контроля и высокая степень самоорганизации (действия на перспективу, формирование и реализация личных проектов и планов и др.) – необходимый набор компетенций для современного специалиста и менеджера.

На наш взгляд, более широкое внедрение в учебный процесс методик и технологий развития трансверсальных компетенций необходимы как инструмент качественного актуального обучения персонала предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Учитывая опыт европейских и азиатских стран в вопросах интеграции трансверсальных компетенций в образовательную политику и учебные программы, к набору таких навыков можно отнести:

- межкультурные навыки и глобальная осведомленность;
- гибкость и адаптивность;
- критическое и новаторское мышление;
- организационные навыки и навыки планирования времени (time management);
- способность принимать решения и оценивать степень риска;

- настойчивость, самостоятельность, самодисциплина, адаптивность;
- навыки ведения переговоров, устного и письменного общения, публичных выступлений;
- лидерские навыки, командная работа, сотрудничество, кооперация;
- способность анализировать, интерпретировать и синтезировать информацию;
- грамотность в области информационно-коммуникационных технологий;
- финансовая, экологическая грамотность [7, 8, 9].

Диверсификация методов и подходов преподавания, нацеленных на предоставление студентам необходимого набора навыков с целью формирования у них трансверсальных компетенций, в сочетании с содействием в адаптации к будущей профессиональной деятельности при постоянном сотрудничестве с потенциальным рынком труда, а также мотивацией к обучению на протяжении всей жизни (lifelong learning) являются, на наш взгляд, ключевыми элементами подготовки и обучения специалистов для сферы туризма и гостеприимства, что в дальнейшем способствует самореализации сотрудников, тем самым повышая качество выполняемой работы и предоставляемых услуг.

С другой стороны, процессы, которые сегодня происходят в мировом хозяйстве в условиях рисков и неопределенности, требуют внедрения новых и передовых форм и методов управления персоналом. Удержание ключевых сотрудников в таких условиях – это одна из основных задач менеджмента.

Достижение этой цели видится, прежде всего, в создании и реализации адекватной системы стимулирования и мотивации сотрудников. Отсутствие мотивации у персонала выражается лишь в формальном выполнении своих обязанностей, исключая повышение качества выполняемой работы и ее результативности, что сказывается на эффективности деятельности всего предприятия. Одним из важных инструментов системы мотивации в современных быстро меняющихся условиях становится своевременное и непрерывное обучение и развитие персонала, и, как следствие, создание условий для карьерного роста. Следует особо выделить такие направления, как:

- адаптационные программы для новых сотрудников;
- обучение внутренним стандартам, призванным обеспечить высокую культуру обслуживания;
- тренинги и развивающее обучение для повышения профессионального уровня развития сотрудников.

Таким образом, быстрые экономические, геополитические и технологические изменения, оказывающие значительное влияние на туристические потоки и индустрию туризма и гостеприимства Республики Беларусь в целом, порождают необходимость подготовки специалистов, обладающих соответствующими компетенциями, которые могут быть применены в различных

ситуациях и условиях. Трансверсальные компетенции дают работнику конкурентные преимущества, все более востребованы на рынке труда и обуславливают таким образом необходимость их активного внедрения в образовательную политику и профессиональную подготовку специалистов индустрии туризма и гостеприимства в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Экономическая статистика [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Search?code=1063065>. – Дата доступа: 12.07.2022.
2. «Многим специалистам больше нет смысла держаться за рабочие места». Что происходит на рынке труда [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://money.onliner.by/2022/02/11/rynor-truda>. – Дата доступа: 17.07.2022.
3. Власти Беларуси хотят завлечь трудовых мигрантов. Что этому мешает? [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://ilex.by/vlasti-belarusi-hotyat-zavlech-trudovyh-migrantov-chto-etomu-meshaet/>. – Дата доступа: 17.07.2022.
4. Ставка на внутренний туризм: что предложат белорусские регионы в этом сезоне [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/vnutrenniy-turizm-chto-predlozhat-belorusskie-regiony-v-etom-sezone/>. – Дата доступа: 20.07.2022.
5. Горизонты туристического сезона – 2022: от санаториев и агроусадьб до зарубежных пляжей [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <http://www.sb.by/articles/turisticheskiy-pasyans.html>. – Дата доступа: 20.07.2022.
6. Более 100 тысяч иностранцев посетили Беларусь по «безвизу» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://gpk.gov.by/news/gpk/145545/>. – Дата доступа: 21.07.2022.
7. Glossary of Education Reform 2014 [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://www.edglossary.org/21st-century-skills/>. – Дата доступа: 20.07.2022.
8. Assessment of Transversal Competencies: Policy and Practice in the Asia-Pacific Region [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://bangkok.unesco.org/content/assessment-transversal-competencies-policy-and-practice-asia-pacific-region>. – Дата доступа: 23.07.2022.
9. Proposal for a council recommendation on Key Competences for LifeLong Learning. [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-5464-2018-ADD-2/EN/pdf>. – Дата доступа: 25.07.2022.

КРАЕВЕДЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Альцкий И. В.,

студент 4-го курса факультета истории, коммуникации и туризма учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

БММТ «СПУТНИК» И РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ (1958–1990 ГГ.)

Бюро международного молодежного туризма «Спутник» (БММТ «Спутник») было создано в 1958 г. для более активного развития международных молодежных обменов. «Спутник» был одним из трех субъектов хозяйствования в Беларуси, занимавшихся организацией туризма. Такие услуги, кроме того, оказывали Главинтурист БССР и Белсовет по туризму и экскурсиям. БММТ «Спутник» был единственным туроператором, который занимался молодежным туризмом.

Деятельность бюро «Спутник» была подчинена Всесоюзному Ленинскому коммунистическому союзу молодежи (ВЛКСМ). БММТ «Спутник» являлось его структурным подразделением, было особым отделом при Союзе молодежи. К примеру, Гродненское отделение «Спутника» было обособленным отделом при Гродненском областном комитете (обкоме) ЛКСМ, к тому же отделение находилось в одном и том же с обкомом здании по улице Советская, 31, где занимало не менее 6 помещений, что говорит о масштабах деятельности и количестве сотрудников. Отделение находилось в полном финансовом подчинении у белорусского «Спутника», главного республиканского отделения, которые были в каждой республике (по программам в рамках БССР и у Московского спутника напрямую, если программы осуществлялись за пределами Белорусской ССР). Бюро «Спутник» действовало как хозяйственная организация и на первом этапе занималось преимущественно международными молодежными туристскими обменами, а после 1963 г. организация стала планировать, разрабатывать и осуществлять путешествия юношей и девушек по туристским маршрутам внутри Советского Союза. Разработка специалистами БММТ «Спутник» типовых программ и стандартных маршрутов позволяла практически спланировать программу на долгосрочный период, давала возможность увеличивать информационную и идеологическую насыщенность путешествий.

Существенные объемы обслуживания и широкую географию путешествий показывали внутрисоюзные маршруты. Сетью туристских маршрутов «Спутника» были охвачены самые разные регионы Советского Союза. Положительным фактором при организации таких путешествий являлась сеть многочисленных региональных отделений «Спутника» и принадлежавших им туристических объектов. С целью организации отдыха молодежи была построена сеть международных молодежных лагерей в самых привлекательных местах Советского Союза: Сочи, Крым, Ереван, Ноорус и др.

Достаточно популярным был туристический маршрут «Моя Родина СССР», который играл свою роль в повышении знаний об истории Советского Союза и патриотическом воспитании молодежи. Маршрут был проложен по местам революционной, боевой и трудовой славы по всем республикам СССР. «Моя Родина СССР» представлял собой программу маршрутов с целью ознакомления советских туристов с историческими объектами разных республик, а также живших там знаменитых людей.

Учитывая протяженность территории СССР и разнообразие направлений путешествий, остро стоял вопрос предоставления транспортных услуг туристическим бюро. Так, транспортировка туристов совершалась преимущественно железнодорожным транспортом. Принимая во внимание большое количество таких поездок, между бюро «Спутник» и управляющими организациями по вопросам железнодорожного сообщения были заключены особые соглашения. Проезд туристов осуществлялся на основании специальных бланков, что позволяло уменьшить стоимость проезда и сделать путевки еще более доступными.

Внутренний туризм – самое популярное направление деятельности предприятия, но не самое приоритетное.

Благодаря активности туристических обменов в пограничных городах Советского Союза программы въездного туризма, осуществляемые Гродненским отделением Спутника, были крайне востребованы.

Поездки в основном осуществлялись железнодорожным транспортом. Это хорошо характеризует тот факт, что поезд по маршруту Берлин – Варшава – Ленинград курсировал ежедневно.

Наибольшей популярностью Гродненский регион пользовался среди туристов из Польской Народной Республики (ПНР). Возросшая популярность требовала от организаторов туризма привлекать больше новых гидов, владеющих польским языком. О важности подобных кадров говорит тот факт, что гидам со знанием польского языка прилагалась доплата 15 % от оклада, в то время как тем же гидам, владеющим английским и немецким языками, – 10 %. В это время были востребованы молодые люди со знаниями иностранных языков. Очень помогал в поисках новых кадров тот факт, что в приграничных

районах Западной БССР и ЛССР проживало много семей, знающих польский язык. С целью преодоления дефицита кадров организовывались курсы внештатных гидов-переводчиков. Кроме совершенствования языковых навыков, на подобных курсах активно изучались экскурсионные программы городов Ленинграда. По итогам этих процессов в Гродненском отделении бюро «Спутник» насчитывалось 8 штатных переводчиков и 10 внештатных.

Помогала в развитии въездного туризма активная работа бюро «Спутник» с аналогичными организаторами молодежного отдыха в сопредельных странах. «Харц тур» – молодежная организация в Польше. Сотрудничество помогло появлению новых туристических автобусных маршрутов в Гродненском регионе [1].

Интересны польским туристам были Гродно, Новогрудок, озеро Свитязь, Минск, мемориальный комплекс Хатынь. Особым интересом пользовались туристические объекты, связанные с важными для польской культуры персоналиями, такими как Элиза Ожешко и Адам Мицкевич.

Кроме польских групп, в Гродненский регион пребывали туристы из ГДР, ФРГ, Англии, Италии, Франции, Австрии, США, Голландии, Швейцарии, Бельгии.

При планировании программ посещения Гродненского региона брались в расчет особенности географического расположения и размещенных здесь туристических ресурсов. Можно привести типовой вариант четырехдневного пребывания туристической молодежной группы в Гродно. Первым пунктом программы приема туристов являлась их встреча с гидом по прибытии. Программой предусматривалось трехразовое питание. Первый прием пищи мог быть еще в вагоне-ресторане. В первый день программы осуществлялось заселение в средствах размещения. Кроме гостиничного фонда для школьных групп могла быть задействована сеть общежитий учреждений профессионально-технического образования. Далее предполагалась экскурсионная программа с показом Гродно. На второй день предполагался выезд за пределы Гродно с посещением объектов гражданско-патриотической направленности, к примеру, заставы Усова. Третий день мог быть посвящен более широкому знакомству с Беларусью, так, программа предусматривала знакомство со столицей БССР городом-героем Минском и посещение мемориального комплекса Хатынь. Гродненская область географически соседствует с югом Литвы, крайне привлекательным регионом, особенно для польских туристов. В четвертый день туристы могли направиться с поездкой в известные города Литовской ССР: Вильнюс и Каунас.

В основе въездных прибытий в Гродненскую область лежали приграничные обмены с ПНР, с молодежными организациями которой активно велось сотрудничество. Количество прибытий продолжало расти. О росте

интенсивности туристических обменов хорошо говорит сравнение количества прибытий в соседние периоды за 1966 и 1967 годы: 6945 и 8280 прибытий соответственно [2, л. 51–54].

На основе отчетов руководителей туристических групп были воссозданы программы выездных путешествий советской молодежи в различные страны социалистического лагеря. К примеру, группа туристов из Гродненской области с 14 по 26 апреля 1976 г. находилась в Венгерской Народной Республике (ВНР). Комплектовал группу Гродненский обком комсомола. Маршрут группы: Будапешт – Эгер – Мишкольц – Дебрецен. Программой было предусмотрено посещение предприятий, одним из них стал пивоваренный завод в Бече. Активная программа совмещалась со встречами с молодежью, одна из них состоялась в Мишкольце. Кроме этого, сверх программы была посещена долина «Салайка» и лесной музей. В Мишкольце группа советских туристов не осталась равнодушной к посещению природного бассейна в пещерах, а также к осмотру сталактической и туфовых пещер в Лиляфьюреде. В Дебрецене были посещены водолечебницы и финская баня в Хайдусобосло. И в конце путешествия группа посетила местный национальный парк и музей пастухов в Хартобаде.

Эта широкая познавательная программа обильно была дополнена рядом идеологических мероприятий. Так, в каждом посещаемом городе производились возложения цветов у памятника Ленину и обелисков Советским воинам-освободителям. Группа приняла участие в митинге, посвященном 106-й годовщине рождения В. И. Ленина на металлургическом заводе им. Ленина в Мишкольце [2].

Отчет о поездке группы из 40 человек с 6 по 9 июля 1976 г. дает представление об организации приема туристских групп в Социалистической Федеративной Республике Югославия (СФРЮ). Данная поездка была приурочена ко Дню молодежи. Молодые люди из Гродненской области посетили основные объекты программы по маршруту Белград – Сараево – Титоград (Подгорица) – Дубровник – Будва. Программой также предусматривалось посещение острова Святого Стефана в Будве, но она не состоялась в силу запрета для пребывания там советских граждан. В Сараево группа посетила ярмарку, была проведена автобусная экскурсия по городу Титоград (ныне Подгорица, столица Черногории, был назван в честь югославского вождя Иосипа Тито, подобные города часто входили в программу (смотреть программу поездки в НРБ)). В поездке группа возложила цветы у памятника погибшим советским воинам-освободителям в Белграде. Также были проведены встречи с югославской молодежью, а также группа встретилась с представителями Белградского горкома Союза молодежи Югославии [2].

Группа молодежи, состоящая из 30 человек – представителей 12 городов и районов Гродненской области, – с 115 августа 1976 г. находилась в Народ-

ной Республике Болгария (НРБ). Маршрут путешествия: Приморско – Ямбол – Пловдив – София. Сразу по прилету в Бургас в час ночи была организована встреча с гидом. Далее группа направилась в Международный молодежный центр «г. Димитров» (или Димитровград, город, названный в честь болгарского лидера Георгия Димитрова), где провела шесть дней. В программу пребывания входили спортивные и культурно-массовые мероприятия, советские туристы разучивали болгарские танцы и песни. В рамках поездки проводились встречи с молодежью не только Болгарии, но и других стран, к примеру, 5 августа встреча с туристами из Эрфурта, Германская Демократическая Республика (ГДР). 7 августа – переезд в город Ямбол, где было организовано размещение в гостинице «Тунджа» в 2-местных номерах. Туристов ждала экскурсионная программа, познакомившая их с местными достопримечательностями. 9 августа – переезд в Пловдив. Туристы были размещены в общежитии медицинского училища. Группа возложила цветы у храма-памятника в деревне Шипка и у памятника свободы на вершине Столетова в память павших за освобождение Болгарии во время обороны перевала Шипка в русско-турецкой войне 1877–1878 гг., а также у памятника «Алеша», установленного в честь советского солдата-освободителя. Были посещены местные археологический и этнографический музеи. 10 августа состоялась встреча группы с болгарской молодежью из числа работников комбината цветных металлов города Пловдива. 11 августа – переезд в Софию, столицу НРБ. Жили туристы в гостинице молодежного комплекса «Орбита». Программой в городе София предусматривалось посещение памятника Александру Невскому, Национальной художественной галереи, этнографического музея, музея революционного движения, мавзолея Георгия Димитрова. Туристы возложили цветы у памятников Ленину и Димитрову. Программа была продолжена пешим осмотром города [2].

Группа молодых туристов Гродненской области с 14 по 25 января 1977 г. посетили Чехословацкую Социалистическую Республику (ЧССР). Маршрут туристической поездки: Прага – Карловы Вары – Острава. Из 35 человек в составе группы 29 составляли преподаватели и студенты Гродненского педагогического института имени Янки Купалы, а 6 человек – комсомольцы, направленные Брестским обкомом ЛКСМ. С 14 по 18 января по прибытию в Прагу туристы были размещены в гостинице «Кривань» в 2–3-местных номерах, на каждом этаже располагался душ с холодной водой. В целом уровнем услуг размещения туристы остались довольны. В программу пребывания в Праге входило посещение музея Готвальда, замка Карлштейн, печально известного в связи с уничтожением немецкими властями в 1942 г. поселка Лидице, а также автобусная экскурсия по Праге. Туристами были возложены цветы на гражданском кладбище Праги в память о советских воинах.

Руководитель советской группы туристов отмечал недостатки в организации процесса приема гостей чешской стороной, в частности, по прибытию в Прагу 14 января в 7 часов утра программой не было предусмотрено никаких мероприятий, и группа была предоставлена сама себе.

Далее, следуя программе, 15 января после завтрака был организован театр пантомимы. 17 января экскурсия в замок Карлштейн, был посещен музей трагедии деревни Лидице. Вечером 18 января в 19:00 туристы прибыли на поезде в Карловы Вары. Туристы были заселены в отель «Алиса». Советская группа была приглашена на проходивший в отеле танцевальный вечер. 24 января – осмотр города Острава и промышленного центра ЧССР. Был посещен музей Оставской операции и просмотр фильма «Панорама свободы» в кинотеатре. Далее группа выдвинулась для экскурсии в город Оломоуц. 25 января была проведена экскурсия по профессионально-техническому училищу «Витковице» с последующим просмотром фильма о жизни учащихся [3].

Таким образом, советским туристам БММТ «Спутник» могло предложить множество различных направлений для выезда за рубеж. В первую очередь это были дружественные Советскому Союзу страны. Молодежь Гродненской области активно посещала ВНР, НРБ, ПНР, СФРЮ, ЧССР. Данные программы можно охарактеризовать как плотно наполненные. Наличие свободного времени в программе не приветствовалось. Кроме богатой экскурсионной программы в программу путешествий включались различные мероприятия идеологического характера. Это были встречи с местной молодежью и трудовыми коллективами, возложения цветов к памятникам коммунистическим вождям, советским воинам и другим памятным местам.

Список использованных источников

1. Государственный архив общественных объединений Гродненской области. – Ф. 20. Оп. 13. Д. 15.
2. Государственный архив общественных объединений Гродненской области. – Ф. 20. Оп. 26. Д. 80.
3. Государственный архив общественных объединений Гродненской области. – Ф. 20. Оп. 27. Д. 66.

Булаты П. Ю.,

кандыдат гістарычных навук, дацэнт кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін у турызме і гасціннасці ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт фізічнай культуры»

ПЕРСПЕКТИВЫ ЎДАСКАНАЛЕННЯ ТУРЫСТЫЧНАГА МАРШРУТА ПА МЯСЦІНАХ АДАМА МІЦКЕВІЧА НА ГРУНЦЕ МІЖВАЕННЫХ НАПРАЦОВАК

Наступны календарны год (2023) – юбілейны год з дня нараджэння Адама Бернарда Міцкевіча (1798–1855). Яго імем – імем сусветна вядомага паэта, славага сына зямель колішняга Вялікага княства Літоўскага – па-асабліваму высвечваецца Наваградчына, дзе вялікі паэт «знайшоў надзейнае апірышча і гарачую падтрымку, набыў гарт і моц п'яра, узяў адзіна правільны кірунак у сваім палёце» [1, с. 25]. У сваіх вершах і паэмах Міцкевіч годна ўславіў сваю Літву (разумей, сучасныя літоўскія і беларускія землі), прататыпам і вобразам якой стала родная Наваградчына: тут паэт нарадзіўся, навучаўся, бавіў вольны летні час у гады навучання ва ўніверсітэце, гасцяваў у сваякоў і навакольнай шляхты, наталяўся вобразамі і атмасферай менавіта гэтай частцы сучаснай Беларусі.

225-я ўгодкі ад нараджэння, як і іншыя падобныя «круглыя» даты, для турыстычнай індустрыі з'яўляюцца нагодай для арганізацыі і правядзення тэматычных экскурсій па месцах, звязаных з жыццём і творчасцю знакамітай асобы. У выпадку з месцамі, з якімі знітаваны ў Беларусі Адам Міцкевіч, складалася асаблівая сітуацыя – пры вялікім патэнцыяле дадзеных турыстычных рэсурсаў аб'ектыўна слаба выкарыстоўваюцца ў арганізаванай турыстычнай дзейнасці, хоць у самаарганізаваных вандроўнікаў гістарычная Наваградчына выклікае вялікую зацікаўленасць (найперш, гэта абумоўлена вялікай канцэнтрацыяй помнікаў культурна-гістарычнай спадчыны).

Так, на сённяшні дзень Нацыянальным агенцтвам па турызме прапанована толькі адна тэматычная экскурсія, прысвечаная наведванню мясцін, звязаных з імем Адама Міцкевіча [2]. Гэта экскурсія «„Зямля Навагрудская, краю мой родны...“ (по местам, связанным с жизнью и творчеством А. Мицкевича)» па маршруце Карэлічы – (Шчорсы) – (Рута) – Наваградак – Валеўка – воз. Свіцязь – Карэлічы. Маршрут экскурсіі, тэхналагічная карта і кантрольны тэкст распрацавалі прызнаныя і высокакласныя спецыялісты айчынай экскурсійнай справы Т. В. Біндэль і А. Г. Варава яшчэ ў 2006 годзе. Прадстаўлены маршрут – гісторыка-архітэктурная аўтобусная экскурсія, даўжынёй у 100 км і працягласцю ў 8 гадзін (4 экскурсійныя і 4 суправаджэння) [3]. Безумоўна, дадзеная

экскурсія не згубіла сваёй канцэптуальнай актуальнасці, і ад моманту стварэння прадукт ясна не пацярэў, аднак шэраг крытычных момантаў варта вынесці.

Па-першае, у прадстаўлены маршрут не ўключаны значныя ў жыцці Адама Міцкевіча аб'екты: фальварак Завоссе (зараз там музей, прысвечаны паэту) і Туганавічы (сядзіба, дзе жыла каханая паэта Марыля Верашчака, дзе не аднаразова быў Міцкевіч; у тамтэйшым парку захаваўся камень філаматаў) і інш.

Па-другое, з 2006 г. у гістарычнай навуцы ў вобласці вывучэння жыцця і творчасці Адама Міцкевіча адбыліся пэўныя зрухі і адкрыцці раней невядомых фактаў, некаторыя факты ўдасканаленыя даследчыкамі. За перыяд ад напісання кантрольнага тэксту экскурсіі выйшлі новыя і актуальныя навуковыя працы, прысвечаныя біяграфіі паэта.

Па-трэцяе, прадстаўленая экскурсія, як адзначалася вышэй, па відзе адносіцца да гісторыка-архітэктурных экскурсій. Адпаведна, тут прысутнічае пэўны баланс паміж звесткамі, якія датычацца А. Міцкевіча і архітэктурнай спадчыны Наваградка і іншых мясцін на маршруце. На нашу думку, для паглыблення ў жыццё і творчасць Міцкевіча архітэктурны кампанент у экскурсійным апаведзе варта звесці да мінімуму.

Да таго ж, у кантэксце захавання гістарычнай пераемнасці ў развіцці айчынай экскурсійнай справы варта звярнуць увагу на турыстычныя маршруты, прысвечаныя Адаму Міцкевічу, якія былі распрацаваныя ў мінулым. Зварот да мінулых напрацовак можа быць крыніцай удасканалення сучасных экскурсійных прадуктаў.

Адной з такіх крыніц могуць быць турыстычныя напрацоўкі міжваеннага часу. У гэты перыяд у Другой Рэчы Паспалітай значная ўвага надавалася развіццю разнастайных відаў унутранага турызму. У фарміраванні новых турыстычных прадуктаў і ажыццяўленні турыстычнай дзейнасці адмыслоўцы індустрыі – дзяржаўныя органы ўлады і грамадскія турыстычныя арганізацыі – карысталіся, у тым ліку, багатымі рэсурсамі, якія знаходзіліся на землях гэтак званых усходніх ваяводстваў – Віленскага, Наваградскага і Палескага (тэрыторыя сучаснай Беларусі). Органы дзяржаўнай улады розных адміністрацыйных узроўняў усведамлялі і бачылі ў развіцці турыстычнай і рэкрэацыйнай галіны значныя магчымасці для сацыяльна-эканамічнага развіцця рэгіёнаў. Турыстычная дзейнасць ажыццяўлялася ў тым ліку адміністрацый і грамадскімі аб'яднаннямі на рэгіянальным узроўні. Так, пры ваяводскіх урадах дзейнічалі адмысловыя турыстычныя аддзелы, а таксама рэгіянальныя аддзелы турыстычных аб'яднанняў. З 1935 г. пачаў актыўна дзейнічаць Саюз турыстычнай прапаганды Наваградскага краю (Związek Propagandy Turystycznej Ziemi Nowogrodzkiej).

Для турыстычных арганізацый Наваградскага ваяводства асоба Адама Міцкевіча адыгрывала вельмі важную ролю. Міцкевіч быў адным з галоўных

рэгiянальных брэндаў. Гэтаму спрыяў час: як раз у той жа перыяд фармаваўся моцны культ Адама Міцкевіча як нацыянальнага прарока і галоўнага паэта. Натуральна, месца яго нараджэння і навучання ў гэтым кантэксце набывалі вагу і прывабнасць, чым і намагаліся скарыстацца адмыслоўцы турыстычнай індустрыі для таго, каб заманіць у свой рэгіён турыстаў з іншых краёў.

Адным з аспектаў дзейнасці турыстычных арганізацый з’яўлялася выдавецкая дзейнасць. Рэгіянальныя аб’яднанні і інстытуцы рыхтавалі да друку турыстычныя даведнікі, адмысловыя брашуры і бюлетэні, буклеты, паштоўкі. Іх мэта – данесці да шырокага кола вандроўнікаў інфармацыю аб турыстычных аб’ектах, вартых увагі, прывабіць патэнцыйных турыстаў у свой рэгіён. У Наваградскім ваяводстве на турыстычную тэматыку ў 1935 годзе выдаваўся інфармацыйна-турыстычны бюлетэнь «W Nowogrodzkiej Stronie» («У Наваградскім краі»). Выданне «W Nowogrodzkiej Stronie» планавалася перыядычным з частатой выхаду адзін раз на месяц. На старонках выдання змяшчаліся матэрыялы рознага кшталту, датычныя да турыстычнай тэматыкі: афіцыйныя звесткі, інфармацыйныя нататкі, рэклама, але большую частку займаюць навукова-папулярныя артыкулы, прысвечаныя прывабным турыстычным месцам Наваградскага рэгіёна.

На старонках выдання «W Nowogrodzkiej Stronie» (№ 3) [4] змяшчаецца падрабязная праграма турыстычнага маршрута, звязанага з месцамі Адама Міцкевіча ў Наваградскім ваяводстве. Адмысловы тур называецца «Szlak „Mickiewiczowski”» («„Міцкевічаўскі” шлях»). Прыводзім пераклад праграмы (малюнак 1).

Праграма №1

2-х дзённы маршрут па Наваградчыне

Дзень I		
▪ Прыбыццё з Варшавы альбо Вільні ў Наваградак	12:03	
▪ Сняданак у Наваградку, прыбыццё і размяшчэнне на турыстычнай базе альбо ў гатэлі		
	12:25	13:00
▪ Наведванне помнікаў Наваградка	13:00	16:00
▪ Абед	16:00	17:00
▪ Працяг агляду помнікаў у Наваградку	17:00	19:00
▪ Вячэра	19:30	
Дзень II		
▪ Сняданак	7:00	7:30
▪ Выезд аўтобусам на шлях «Міцкевіча» (100 км)	7:30	
▪ Наведванне Валеўкі, Варончы, Туганавіч, Гарадзішча, Свіцязі (побыт 2 гадзіны, абед, лодкі), Чомбрава, вяртанне ў Наваградак		17:00
▪ Ад’езд у Варшаву ці Вільню	18:00	
▪ Ад’езд у Варшаву альбо Львоў	20:55	

Мал. 1 – Праграма тура па мясцінах Адама Міцкевіча, 1935 г.

Акрамя распрацаванай турыстычнай праграмы, на старонках выдання змяшчаецца шэраг краязнаўчых артыкулаў, прыведзеных Адаму Міцкевічу і мясцінам, звязаным з паэтам. Гэта наступныя матэрыялы: «Наваградчына» (№ 2); «Неабходнасць» (№ 3); «Дом Міцкевіча ў Наваградку» (№ 4); «У старонцы «Пана Тадэвуша», «Край гадоў дзіцячых...», «У ваколіцах Свіцязі» (№ 5). Таксама ў навінах і кароткіх інфармацыйных паведамленнях змяшчаецца інфармацыя і справядачы аб дзейнасці Наваградскага камітэту па ўшанаванні памяці Адама Міцкевіча. Адзначаныя матэрыялы перакладзеныя з польскай і апублікаваныя з каментарыямі («У Наваградскім краі: матэрыялы турыстычнай публіцыстыкі») [5].

Такім чынам, зварот да турыстычнай дзейнасці, якая ажыццяўлялася ў мінулым, бачыцца нам актуальным у справе ўдасканалення экскурсійных маршрутаў, якія дзейнічаюць зараз, бо шмат што ўжо зроблена да нас, нам трэба карыстацца назапашанымі ведамі і дасягненнямі папярэднікаў. Распрацаваная ў 2006 годзе экскурсія па мясцінах Адама Міцкевіча хоць і не страціла сваёй актуальнасці, але па шэрагу прычын патрабуе ўдасканалення. Актуальнасць гэтай працы абумоўлівае юбілей паэта, які будзе адзначацца ў 2023 годзе. Крыніцай для ўдасканалення маршрута могуць быць у тым ліку і матэрыялы, якія былі распрацаваныя ў 1935 годзе і апублікаваныя на старонках інфармацыйна-турыстычнага бюлетэня «W Nowogródzkiej Stronie». Аналіз матэрыялаў паказаў, што яны будуць карысныя для ўдасканалення і трансфармацыі самога экскурсійнага маршрута, а таксама могуць быць прыдатныя для рэдактуры кантрольнага тэксту экскурсіі.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Філаматы і філарэты / зборнік ; уклад. К. Цвірка. – Мінск : Беларускі кнігазбор, 1998. – 400 с.
2. Перечень экскурсий на русском, белорусском и иностранных языках [Электронный ресурс] // Официальный портал Национального агентства по туризму. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/ekskursovodam-i-gidam/perechen-kontrolnykh-tekstov-ekskursiyna-russkom-belorusskom-i-inostrannykh-yazykakh/>. – Дата доступа: 27.07.2022.
3. Биндель, Т. В. «Зямля Навагрудская, краю мой родны...» (по местам, связанным с жизнью и творчеством А. Мицкевича) / Т. В. Биндель, А. Г. Варавва. – Технологическая карта и контрольный текст экскурсии. – Минск, 2006.
4. W Nowogródzkiej Stronie : biuletyn turystyczno-informacyjny. – 1935. – № 3 (5). – 8 s.
5. У Наваградскім краі: матэрыялы турыстычнай публіцыстыкі / уклад. П. Булаты. – Мінск : БДУФК, 2022.

Ермак Ю. Г.,

кандидат исторических наук, доцент кафедры туризма и культурного наследия учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

ДРУСКЕНИКИ – ЦЕНТР СТОМАТОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА У БЕЛОРУССКИХ ЕВРЕЕВ НА РУБЕЖЕ XIX–XX СТОЛЕТИЙ

Одной из составляющих богатого образа жизни во второй половине XIX века стала забота о собственном здоровье, выражавшаяся в профилактике болезней. В среде обеспеченного еврейства было популярно арендовать загородные дома, чтобы отдохнуть от суеты городской жизни. Становится популярно совершать выезды за границу с целью оздоровления. При этом для богатого еврея особым шиком считалось отправить на отдых за границу супругу с детьми.

Сохранилась Ведомость гродненского губернатора по количеству лиц, получивших право выезда за границу в 1881 г. В ведомости указывалась фамилия, имя, отчество, звание, а также имелась графа, когда и на какой срок выдавался заграничный паспорт. Так, в январе 1881 г. гродненская мещанка Р. Наден получила паспорт на 6 месяцев, на такой же срок был получен паспорт С. Л. Кауфман. В феврале 1881 г. из 44 человек, получивших заграничные паспорта, женщин-евреек насчитывалось 4. В марте женщины не получили паспорта [1, л. 3–35]. Наибольшее количество заграничных паспортов было получено в летнее время года. Связано это было с тем, что путешествия в летнее время были более комфортными в сравнении с условиями зимы. Еврейские дамы из обеспеченных слоев могли себе позволить выезды за границу с целью оздоровления. Вообще, оздоровительные поездки с конца XIX века становятся неотъемлемой частью светской жизни богатых евреев-литваков. Поездки за границу отличались сезонностью, увеличиваясь с приходом теплого времени года, и сводились к минимуму зимой.

О том, что еврейские дамы совершали выезды за границу с целью поправки здоровья, писала историк белорусской иудаики О. Соболевская. Так, мещанка города Гродно А. Гурвич в 1914 г. находилась на курорте Франценсбад в Восточной Чехии. Бальнеоклиматический курорт Эмс был целью поездки горожанки З. Б. Рудковской и ее дочери Малки. В Баварии отдыхали летом 1914 г. Р. Виноград и ее невестка Маша. Гродненец И. Резниковский вместе с супругой Гнесей Зеликовной проходил лечение в клинике при Берлинском государственном университете [2, с. 216].

Изучение документов из Национального исторического архива Беларуси в Гродно позволило сделать вывод о том, что евреи Гродненской губернии предпочитали ездить на балтийские и немецкие курорты. Выбор этих направлений вполне объясним. Удобное географическое расположение по отношению к белорусским губерниям, хорошее знание идиш и немецкого языков, а также наличие тесных связей (экономических и культурных) белорусского (ашкеназы) еврейства с германскими землями делали данное направление весьма популярным.

Друскеники – один из наиболее популярных курортов середины XIX – начала XX веков. Местечко Друскеники располагалось на расстоянии 40 км от губернского города Гродно. Сюда евреев привлекали сравнительная дешевизна, уважаемая публика, минеральные воды, которые помогали лечить заболевания желудочно-кишечного тракта и пищеварительной системы.

Историк, публицист и общественный деятель П. Субботин, живший во второй половине XIX века, называл Друскеники «еврейским курортом». Так, на 1868 г. из всех категорий населения, прибывших в местечко, большинство составляли дворяне – 270 человек, евреи оказываются на втором месте по численности – 226 человек. Среди пользовавшихся минеральными водами 421 человек – это христиане, 367 человек – иудеи. В процентном соотношении христиане составляли 54 процента, иудеи – 46 процентов [3, л. 18].

Чем же можно было заниматься, находясь в Друскениках в конце XIX – начале XX веков? В перечень доступных курортных процедур входили прием лечебных ванн, питье минеральной воды, а также совершенно бесплатно имела возможность вдыхать целебный воздух сосновых лесов и наслаждаться моционом вдоль реки Неман. Местечко стало центром притяжения для сотен богатых евреев Гродно, Вильно, Ковно и других больших городов. Этому способствовало крайне удачное месторасположение: на пограничье Гродненской, Ковенской и Сувалкской губерний. К началу курортного сезона, помимо постоянно практиковавших на курорте местных врачей, местечко пополнялось приезжими медицинскими работниками из крупных городов Российской империи. В Друскеники приезжали врачи из Минска, Вильно, Белостока. Как указывала О. Соболевская, в 1885 г. из 30 врачей только 5 были представителями еврейского народа. Некоторые врачи христианского вероисповедания приезжали целыми семьями, чтобы не только отдохнуть, но и пройти оздоровительные процедуры. Некоторые врачи-евреи прибывали в Друскеники по приглашению поступающих из лечебниц минеральных вод, некоторые были вольнопрактикующими медиками [4, с. 430].

Созданная и поддерживаемая евреями система благотворительности позволяла в определенной степени приобщить к оздоровлению и малоимущих евреев. Сбор денежных средств на финансирование оздоровления бедных

евреев в Друскениках собирали известные в гродненском еврейском обществе дамы-благотворительницы – Р. Розенталь, Т. Хазан, Ф. Гальперн. Так, варшавское публицистическое издание «Израэлит» (Izraelita) сообщало, что благодаря помощи благотворителей в Друскениках в 1880 г. отдохнули более 300 бедняков [5, с. 46]. В Гродно функционировала благотворительная организация «Линас Гацедек», в уставе которой значилась возможность оплаты отпуска, в том случае, если от этого зависела жизнь человека, к примеру, при заболевании туберкулезом [6, л. 1].

На курорте Друскеник лечили пациентов как евреев, так и христиан. Так, «Израэлит» информировала своих читателей, что пациентов еврейской больницы бесплатно посещал врач-христианин Пилецкий. Бесплатная помощь бедным больным евреям в Друскининкае предлагали в 1879 г. врачи, которые приехали отдохнуть на воде. Среди них доктора из Варшавы: хирург Рам и гинеколог Венвентховский, акушерка Бильг из Вильнюса [7, с. 216].

На пожертвования евреев из России в Друскениках была построена больница, специализировавшаяся на приеме неимущих евреев, которые нуждались в лечении. Курировал вопросы, связанные с больницей, раввин Трегер. В поиске средств для создания лечебницы Трегер объехал все возможные в округе города и местечки. Конечным пунктом его поездок стал Петербург. Из архивных документов известно, что в 1880 г. в Друскеники прибыло свыше 400 малоимущих. Затраты на их лечение составили более 4 000 рублей [3, л. 18].

Местечко Друскеники на протяжении второй половины XIX – начала XX веков стало особым местом притяжения для еврейского населения. Не только целебная минеральная вода и сосновый воздух привлекали туда обеспеченное еврейство. Возможность получить стоматологическую помощь в многочисленных зубных кабинетах, открытых единоверцами, также способствовало развитию Друскеник как центра медицинского туризма.

Данное утверждение подтверждают архивные документы, найденные в Национальном историческом архиве Беларуси в Гродно. В фонде 9 «Врачебное отделение Гродненского губернского правления» имеется 29 дел, относящихся к открытию зубных кабинетов. Если проанализировать эти документы с позиции географии, то можно увидеть следующее: 12 документов – прошения на открытие кабинетов в местечке Друскеники. Оставшиеся 17 документов – прошения на открытие кабинетов в Бресте (всего 4 заявления), 2 дела приходятся на город Гродно, местечко Милейчицы Брестского уезда и местечко Крынки Гродненского уезда. Как видно, особой популярностью пользовались у заявителей Друскеники. Остальные зубоветеринарные кабинеты располагались в Кобрине, Бытене, Молчаде, Ружанах, Косово Слонимского уезда, местечках Милейчицы и Домачево Брестского уезда.

На основании приведенных архивных документов можно сделать вывод о том, что Друскеники были интересны для дантистов.

На рубеж XIX–XX веков приходится время активизации женщин в различных сферах общественной жизни. Не стала исключением и система здравоохранения. Женщины-иудейки энергично взялись за освоение профессии дантиста.

Стоматологические услуги, оказываемые женщинами-дантистками, пользовались значительным спросом не только среди иудейского населения, но также и у христиан. Открывая собственный кабинет, дантисты могли получать неплохой доход, оказывая услуги населению. Так, преискурант цен в минской зубной лечебнице включал в себя услуги пломбирования цементом стоимостью в 35 копеек, фарфоровые пломбы стоили 2 рубля. Большинство пациентов заказывали пломбы из цемента. В указанный хронологический период пломбы из цемента были наиболее доступными по цене. Так, за 1907 г. цементных пломб было поставлено 426, а фарфоровых всего 4. Оказывались и хирургические стоматологические услуги. Так, извлечение зуба с использованием в качестве обезболивающего средства кокаина стоило 50 копеек. Если пациент был готов платить 3 рубля, дантист использовал хлороформ, тем самым обеспечивая пациенту общий наркоз и облегчая физические страдания [8, л. 637].

Какова же была процедура открытия зубного кабинета в местечке Друскеники? Как правило, начинающий дантист сначала искал подходящее место, в котором была бы возможность оборудовать зубной кабинет. Необходимо было соблюдать санитарно-гигиенические требования, предъявляемые Врачебной управой к помещению. Здание, в котором располагался кабинет, должно было находиться в оживленном и одновременно приличном районе. Необходим был начальный капитал для закупки стоматологического инструмента, материалов и соответствующего оборудования. Если начального капитала не было, имелась возможность взять ссуду у своих же единомышленников.

Так, в июне 1893 г. Ц. Вилькорейская подала прошение на открытие зубо-врачебного кабинета на курорте Друскеники. В прошении заявительница сообщила, что кабинет уже оборудован и что необходимо, чтобы гродненский уездный врач проинспектировал помещение и выдал акт осмотра кабинета [9, л. 2–3].

С такими же прошениями обращались с 1903 по 1907 год Б. Цукерман, С. Вильберг, Д. Линшиц, Ц. Ротницкая, Р. Мульеро и М. Вайсбрем [10–15]. Что объединяет всех этих женщин, кроме профессии и желания открыть кабинет исключительно в Друскениках? Средний возраст заявительниц, желавших открыть собственный кабинет, составлял 30–32 года. Полученное образование и опыт общения с дантистами давали им понимание перспек-

тивности ведения собственного дела в оживленном курортном местечке. Большинство из заявительниц обучались у вольнопрактикующих зубных врачей. Однако были и исключения, некоторые женщины (меньшинство) получали высшее стоматологическое образование.

Так, в 1908 г. одновременно две женщины, С. Лившиц и Р. Квейт, обращаются с ходатайством на открытие кабинетов в Друскениках. Обе являются выпускницами Харьковского университета. И если к документам Сары Лившиц претензий не возникло и заявительница сразу получила разрешение на открытие кабинета, то документы Ревекки Квейт вызвали подозрение в подлинности. Врачебное отделение сделало запрос в Министерство народного просвещения и в канцелярию Совета Императорского Харьковского университета для перепроверки подлинности удостоверения дантиста. Одновременно был дан запрос в Канцелярию Гродненского губернатора о политической благонадежности заявительницы. Все документы оказались подлинными, политически заявительница была благонадежна, поэтому препятствий к выдаче разрешения не было [16–17]. Обе женщины получили разрешение на открытие зубоврачебных кабинетов в местечке Друскеники.

Таким образом, местечко Друскеники, расположенное на правом берегу Немана, на пограничье Гродненской, Ковенской и Сувалкской губерний, стало привлекательным местом для отдыха еврейского населения на рубеже XIX–XX столетий. Развитию курорта способствовали местные факторы: сочетание уникальных свойств целебной минеральной воды и соснового леса делало курорт экологически чистым, а удобная транспортная логистика способствовала приезду многочисленных отдыхающих. Курорт начал активно развиваться. Открытие значительного количества зубных кабинетов на рубеже XIX–XX веков способствовало развитию Друскеник как направления для стоматологического туризма. Иудеи, открывая собственные кабинеты в Друскениках, стимулировали развитие данной туристической дестинации, привлекая на курорт как своих единомышленников, так и людей христианского вероисповедания. Развитая инфраструктура, широкий выбор, по меркам тогдашнего времени, медицинских стоматологических услуг, особая организация системы еврейской благотворительной помощи неимущим единомышленникам, а также доступность в ценовом выражении сделали Друскеники важным центром отдыха и оздоровления, превратив местечко в курорт. Заложенные свыше ста лет назад традиции курортного дела продолжились и в последующей истории Друскеник.

Список использованных источников

1. НИАБ Гродно. Ф. 1. Оп. 23. Д. 771. 36 л.
2. Сабалеўская, В. Аматы лячыцца: санітарыя, хваробы і медыцына ў габрэйскай Гародні XIX – пачатку XX стагоддзя // Гарадзенскі

- палімпсест. 2010. Асоба, грамадства, дзяржава XV–XX ст. / Пад рэд. А. Ф. Смаленчука, Н. У. Сліж. – Мінск : Зміцер Колас. – 2012. – С. 207–230.
3. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 1. Д. 123. Л. 18.
 4. Соболевская, О. Медицина в мире традиционной культуры белорусских евреев (XIX – начало XX века) // Материалы Тринадцатой ежегодной международной междисциплинарной конференции по иудаике (31 января – 2 февраля 2007, г. Москва), М., 2007. – С. 426–438.
 5. *Z tygodnia // Izraelita*. – 1881. – № 6 (30 stycznia). – S. 46.
 6. НИАБ Гродно. Ф. 103. Оп. 1. Д. 52. Л. 1.
 7. *Pogadanki // Izraelita*. – 1879. – № 26 (22 czerwca – 4 lipca). – S. 216.
 8. НИАБ Минск. Ф. 299. Оп. 3. Д. 1278. 727 л.
 9. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 1. Д. 2039. 6 л.
 10. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 737. 12 л.
 11. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 1023. 10 л.
 12. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 1026. 16 л.
 13. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 1435. 12 л.
 14. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 2151. 11 л.
 15. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 2137. 29 л.
 16. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 2523. 3 л.
 17. НИАБ Гродно. Ф. 9. Оп. 2. Д. 2527. 6 л.

АРГАНІЗАЦЫЯ СЕЛЬСКАГАСПАДАРЧЫХ ЭКСКУРСІЙ У БЕЛАРУСІ Ё ПАЧАТКУ ХХ СТ.

У пачатку ХХ ст. у Расійскай імперыі, у тым ліку і беларускіх землях, экскурсійная і турыстычная дзейнасць пад уплывам змен у сацыяльна-эканамічным развіцці пачынае даволі актыўна пранікаць не толькі ў сферы культуры, адпачынку і рэкрэацыі, але і вытворчыя сферы дзейнасці, напрыклад, сельскую гаспадарку. Капіталістычная мадэрнізацыя эканомікі патрабавала ўкаранення новых метадаў вытворчасці, развіцця прадпрыемальніцкай ініцыятывы, выкарыстання навуковых дасягненняў і пашырэння ўсебаковай асветніцкай дзейнасці сярод непасрэдных вытворцаў. Адным з новых спосабаў рэалізацыі азначаных задач стала правядзенне сельскагаспадарчых экскурсій.

Дэпартамент Земляробства Расійскай імперыі ў пачатку ХХ ст. пэўную ўвагу надаваў распаўсюджванню сельскагаспадарчых ведаў. Для гэтага ў бюджэце дадзенага ведамства была прадугледжана група выдаткаў, якая ў сваю чаргу дзялілася на дзве падгрупы: першая – «распаўсюджванне сельскагаспадарчых ведаў пазашкольным шляхам» і другая – «распаўсюджванне сельскагаспадарчых ведаў школьным шляхам». Мерапрыемствы, якія фінансаваліся з першай падгрупы расходаў, уключалі ў сябе арганізацыю сельскагаспадарчых курсаў, чытанняў і гутарак, друкаванне і набыццё сельскагаспадарчай літаратуры, а таксама правядзенне сельскагаспадарчых экскурсій [14, С. 4].

Напрыклад, згодна з дадзенымі «Статыстыкі расходаў Дэпартамента Земляробства ў 1913 г.», на пазначаныя вышэй мерапрыемствы 50 губерням Еўрапейскай Расіі было адпушчана 793,575 руб. [14, С. 36]. Грошы атрымлівалі як земствы, так і сельскагаспадарчыя таварыствы. Так, Мінскаму сельскагаспадарчаму таварыству была выдзелена 1650 руб. Узнікае пытанне, якім жа чынам Таварыства выкарыстоўвала сродкі, якія выдзяляліся на «распаўсюджванне сельскагаспадарчых ведаў пазашкольным шляхам»?

Мінскае таварыства сельскай гаспадаркі рэгулярна арганізавала 2–3-хтыднёвыя курсы па садоўдству і агародніцтву для садоўнікаў «уладальніцкіх эканомій і сялян» і курсы па жывёлагадоўлі. Акрамя лекцый, прадугледжвалася правядзенне практычных заняткаў і экскурсій. Слухачоў адпраўлялі ў паказальныя гаспадаркі, дзе яны знаёміліся з перадавым вопытам. У 1904 г. было прынята рашэнне аб правядзенні першай экскурсіі ў Бабруйскую школу садоўдства і сады Мар’інагорскай школы, якія знаходзіліся ў суседняй Магілёўскай губерні [4, С. 29]. Аднак, як адзначаецца ў справаздачы

сакратара Аддзялення садаводства, агародніцтва і пчалаводства Гольцберга, якая была заслухана на агульным сходзе членаў Таварыства, паездка аказалася не вельмі ўдалай з прычыны таго, што «школа яшчэ не зусім арганізавана і не можа быць школай І разраду» [5, С. 33]. На гэтым жа сходзе была адзначана важнасць такога віду заняткаў, як экскурсіі, і прынята рашэнне аб рэгулярным іх правядзенні. Было прапанавана стварыць спіс выбітных гаспадарак і вазіць туды ўсіх жадаючых.

Фінансаванне экскурсій вялося як за грошы, што выдзяляліся Дэпартаментам земляробства, так і за ўласныя сродкі ўдзельнікаў, і за кошт Мінскага таварыства сельскай гаспадаркі. Напрыклад, для правядзення курсаў па садаводству і агародніцтву ў 1912 г. для «пашырэння багажу ведаў садоўнікаў з мэтай павелічэння разнастайнасці гатункаў і паляпшэння іх таварнай якасці» з запланаваных 1186 рублёў расходаў, у тым ліку 200 рублёў на арганізацыю экскурсій – 90 % аплаціў Дэпартамент земляробства [6, С. 22]. У гэтым жа годзе Таварыства звярнулася ў Дэпартамент з просьбай выдзеліць 2000 рублёў на арганізацыю курсаў па жывёлагадоўлі (з іх 300 – на экскурсіі слухачоў) для таго каб «забяспечыць асоб, якія займаюцца названай галіной сельскай гаспадаркі, карыснымі ведамі» [6, С. 26].

Як паказвае аналіз матэрыялаў і архіўных дакументаў Мінскага таварыства сельскай гаспадаркі ў пачатку XX ст., яно не абмяжоўвалася экскурсіямі толькі ў межах беларускіх губерняў. Таварыства пачынае арганізоўваць адукацыйныя і пазнавальныя экскурсіі за межы краіны.

Трэба адзначыць, што некаторыя члены таварыства – буйныя землеўладальнікі заходніх губерняў – ужо наведвалі еўрапейскія краіны за ўласны кошт, вывучалі перадавыя метады вядзення сельскай гаспадаркі і ўкаранялі іх на радзіме. Характарызуючы значэнне буйных гаспадарак у маёнтках, В. А. Кахновіч піша: «Менавіта яны становіліся цэнтрам культурна-гаспадарчых перамен і буйной аграрнай таварнай вытворчасці<...> У 35 беларускіх паветах налічвалася 135 перадавых маёнткаў» [11, С. 197]. С. А. Ваньковіч адным з першых у 1903 г. адправіўся ў Данію для знаёмства з арганізацыяй сельскагаспадарчай вытворчасці гэтай краіны. [1, С. 53], [2, С. 86]. К. І. Свяцкі пабываў у Германіі і Польшчы і аб сваіх назіраннях напісаў некалькі навукова-папулярных артыкулаў, а справаздачу аб экскурсіі ў 1908 г. у Данію і Швецыю апублікаваў у гэтым жа годзе асобным невялікім выданнем [1, С. 55], [2, С. 87]. У ім аўтар апісаў не толькі ўражанні ад падарожжа, але і прадставіў уласныя меркаванні аб развіцці сельскай гаспадаркі [12], [13]. З'яўляючыся таксама і кіраўніком Сенненскага сельскагаспадарчага таварыства, беларускі грамадскі дзеяч адзначаў: «Сенненскае сельскагаспадарчае таварыства паставіла сабе як адну са сваіх задач наведванне выбітных у якіх-небудзь адносінах гаспадарак нашага краю і на працягу некалькіх апошніх год рабіла

эксперсіі з навуковымі мэтамі ў гаспадаркі Магілёўскай і Віцебскай губерняў» [8, С. 25]. У 1912 г. члены таварыства прынялі рашэнне арганізаваць экскурсію ў некалькі паказальных гаспадарак у Царстве Польскім для азнаямлення з новымі спосабамі арганізацыі сельскагаспадарчай вытворчасці. Даклад аб дадзенай экскурсіі К. І. Свяцкі прадставіў на пасяджэнні Мінскага таварыства сельскай гаспадаркі ў маі 1913 г. Падводзячы вынікі экскурсіі, К. І. Свяцкі адзначае: «І так мы бачым, што гаспадаркі ў Царстве Польскім стаяць на цалкам дасягальнай для нас ступені культуры і таму могуць служыць вельмі добрым прыкладам, а экскурсіі там вельмі карысныя» [8, С. 29].

Члены Мінскага таварыства таксама прымалі ўдзел у экскурсіях, арганізаваных іншымі ініцыятарамі. Аб гэтым сведчыць даклад К. Шчытга на агульным сходзе ў 1904 г., дзе ён распавядае аб сумеснай з Варшаўскім аддзелам Таварыства для садзейнічання рускай прамысловасці і гандлю паездцы ў Прусію і горад Данцыг: «Гэта ўжо не першая спроба: некалькі год Аддзел арганізуе падобныя сумесныя экскурсіі сельскіх гаспадароў, якія з года ў год становяцца ўсё больш шматлікімі. У гэтым годзе ўдзельнічала 70 гаспадароў (упершыню прымалі ўдзел і гаспадыні)» [5, С. 45]. Аналізуючы вынікі экскурсіі, К. Шчыгт прызывае членаў таварыства часцей наведваць замежныя сельскагаспадарчыя выставы і гаспадаркі: «У суме мы многа чаму навучымся ў нашых суседзяў, у іх сельскагаспадарчае жыццё б'е ключом» [5, С. 50].

У 1908 г. з такой жа мэтай Швецыю і Данію наведаў А. В. Емельянаў-Зярноў – урадавы аграном Мінскай губерні, член Мінскага сельскагаспадарчага таварыства. Менавіта ён стаў ініцыятарам экскурсіі, праведзенай у 1913 г. у Швецыю і Данію для членаў Таварыства, аб чым сведчыць яго выступленне з дакладам на сходзе членаў Таварыства ў 1912 г. Сход адзінагалосна паставіў: «арганізаваць экскурсію, прымаючы да ўвагі велізарную карысць такога пачынання ў цяперашні час для інтарэсаў сельскай гаспадаркі губерні», пры ўмове кіраўніцтва экскурсіі А. В. Емельянавым-Зярновым. Савет таварыства звярнуўся з просьбай ў Дэпартамент Земляробства аб дазvole выехаць у Швецыю і Данію ў маі 1913 г. 15 членам Мінскага сельскагаспадарчага таварыства, а таксама «прыцягнуць да пяці найбольш свядомых сялян». На рэалізацыю гэтага мерапрыемства папрасілі выдзеліць 800 рублёў: 300 рублёў урадаваму аграному А. В. Емельянаву-Зярнову і 500 – у мэтах фінансавання экскурсіі для сялян [9].

Станоўчы адказ таварыства атрымала 10 красавіка 1913 г. Дэпартамент земляробства даў дазвол і перавёў запрошаныя сродкі ў Мінскае Упраўленне Земляробства і Дзяржаўных маёмасцяў для выдачы казначэйству Мінскага сельскагаспадарчага таварыства.

Эксперсія доўжылася чатыры тыдні, на працягу якіх экскурсанты наведвалі Швецыю і Данію. Як адзначае кіраўнік экскурсіі А. В. Емельянаў-Зярноў,

беларускіх гаспадароў вельмі ўразіў узровень развіцця сельскай гаспадаркі гэтых еўрапейскіх краін, а таксама практычнасць і даходнасць дробных сялянскіх гаспадарак. Сам аўтар бачыў прычыну такіх паказчыкаў у высокім культурным узроўні краіны і пераходзе ад абшчыннага да аднаасобнага землеўладання.

Вельмі цікавым момантам у гэтай паездцы з'яўляюцца адносіны мясцовага насельніцтва і чыноўнікаў да беларускіх падарожнікаў. А. В. Емельянаў-Зярноў звяртае ўвагу членаў Таварыства на вельмі цёплы прыём экскурсантаў у Даніі і прапануе даслаць ліст з падзякай ураду гэтай краіны за аказаннае садзеянне ў правядзенні экскурсіі. Справаздача аб экскурсіі была апублікавана ў журнале Мінскага таварыства сельскай гаспадаркі ў снежні 1913 г. [7].

Канстатуючы вынікі ўдзелу сялян у дадзеным мерапрыемстве, ўрадавы арганом піша: «Усё ўбачанае падчас экскурсіі назаўсёды замацавалася ў памяці сялян-экскурсантаў, якія, калі прыехалі дамоў, ахвотна падзяліліся сваімі ўраджаннямі з акружаючымі іх суседзямі, і вынікі экскурсіі відавочныя. З тых мясцін, адкуль ездзілі сяляне на экскурсію, пачынаюць паступаць заявы аб жаданні знішчыць царспалосіцу і перайсці на хутары» [7, С. 7].

Як бачна са справаздачы аб патрачаных сродках А. В. Емельянава-Зярнова ад 7 снежня 1913 г., правядзенне экскурсіі абышлося значна танней, чым планавалі. Так, на ўдзел у замежным падарожжы сялян было патрачана 250 рублёў замест выдзеленых 500, бо не ўсе жадаючыя змаглі паехаць. У дакуменце захаваліся прозвішчы тых сялян, хто наведаў Швецыю і Данію, – І. Шыманскі і В. Баўздзень, абодва з Мінскага павета. Рэшта грошай была вернута ў Мінскае казначэйства [9].

Неабходна адзначыць, што арганізацыя экскурсій для сялян у азначаны перыяд не з'яўлялася ўжо нейкай выключнай з'явай. Як піша вядомы расійскі гісторык турызму Г. П. Даўжэнка, «у 1910-я гг. з'явіліся звесткі аб экскурсіях, якія прызначаліся для сельскіх жыхароў. Напрыклад, варонежскае земства штогод ладзіла, як пісалі, „для найбольш развітых сялян“, экскурсіі ў Кіеўскую, Палтаўскую, Харкаўскую, Арлоўскую і Валынскую губерні, каб пазнаёміць з узорнымі сельскімі гаспадаркамі... У 1914 г. сяляне выязджалі за мяжу ў Маравію (Чэхія), дзе наведвалі 6 населеных пунктаў і агледзелі 23 гаспадаркі, а таксама пабывалі ў сельскагаспадарчай школе. Гэтыя экскурсіі аказаліся вельмі карыснымі для сялян, якія ў іх ўдзельнічалі» [3, С. 48].

У пачатку XX ст. на беларускіх землях экскурсійная дзейнасць ахоплівае ўсё большыя катэгорыі насельніцтва. Прааналізаваныя крыніцы даюць падставу зрабіць вывад, што паступова ў яе ўцягваюцца сельскія жыхары, не толькі памешчыкі-землеўладальнікі, але і сяляне, якія традыцыйна лічыліся далёка не самай перадавой і адукаванай часткай грамадства. Пры-

ведзеныя факты таксама сведчаць аб даволі сур'ёзным распаўсюджанні ў дасавецкі перыяд адукацыйных і пазнавальных экскурсій сярод немаёмасных пластоў насельніцтва, што аспрэчвае ўпэўненасць большасці савецкіх даследчыкаў у тым, што «у царскай Расіі турызм з'яўляўся толькі прывілеям вышэйшых пластоў насельніцтва, пралетарыату і сялянству ён быў практычна недасягальны» [10, С. 27].

Арганізаваныя Мінскім сельскагаспадарчым таварыствам, а таксама іншымі арганізацыямі, адукацыйныя і пазнавальныя экскурсіі прынеслі значную практычную карысць удзельнікам. Дадзеная экскурсійная практыка не з'яўлялася бізнесам, накіраваным на атрыманне матэрыяльнай выгады для яе арганізатараў. Яна дала магчымасць экскурсантам павысіць свой прафесійны ўзровень, пазнаёміцца з перадавымі метадамі гаспадарання і стала адным з эфектыўных механізмаў пераймання новых дасягненняў у развіцці розных галін сельскай гаспадаркі, як айчынай, так і замежнай.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Бусько, В. Н. Экономическая мысль Беларуси в период 1861–1939 гг. / В. Н. Бусько ; под науч. ред. П. Г. Никитенко. – Минск : ИООО «Право и экономика» 2007. – 631 с.
2. Бусько, В. Н.. Экономическая мысль Беларуси в начале XX века (1900 г. – февраль 1917 г.) / В. Н. Бусько, С. И. Якимченко ; под науч. ред. П. Г. Никитенко. – Минск : Право и экономика, 2006. – 290 с.
3. Долженко, Г. П. История туризма в дореволюционной России и СССР / Г. П. Долженко. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 1988. – 190 с.
4. Журнал общего собрания Минского общества сельского хозяйства 23 мая 1904. Минск : Типография Л. Г. Дворжец, 1904. – 59 с.
5. Журнал общего собрания Минского общества сельского хозяйства 17 и 18 октября 1904 г. Минск : Типография Л. Г. Дворжец, 1904. – 57 с.
6. Журнал общего собрания Минского общества сельского хозяйства 8 и 9 декабря 1912. Минск : Типография Л. Г. Дворжец, 1913. – 57 с.
7. Журнал общего собрания Минского общества сельского хозяйства декабрь 1913 г. Минск : Типография Л. Г. Дворжец, 1913. – 54 с.
8. Журнал общего собрания Минского общества сельского хозяйства. Майские собрания 1913 г. Минск : Типография Л. Г. Дворжец, 1913. – 46 с.
9. Нацыянальны гістарычны архіў Рэспублікі Беларусь (НГАРБ). – Ф. 51. Воп. 1. Спр. 9. Дело минского общества сельского хозяйства об организации экскурсий для крестьян в Швецию и Данию. 1913 г.
10. Пасечный, П. С. Массовый туризм – средство патриотического воспитания / П. С. Пасечный. – Москва : Знание, 1979. – 36 с.

11. Сацыяльна-эканамічнае развіццё Беларусі (канец XVIII – пачатак XX ст.) / В. В. Яноўская [і інш.] ; рэдкал.: В. В. Даніловіч (гал. рэд.) [і інш.] ; Нац. Акад. навук Беларусі, Ін-т гісторыі. – Мінск : Беларуская навука, 2020. – 684 с.
12. Свяцкий, К. Поездка в Данию и Швецию, устроенная в июне 1908 года Центральным сельскохозяйственным обществом в Варшаве. Часть I. / К. Свяцкий. – Минск : Типография Илья Каплан, 1908. – 14 с.
13. Свяцкий, К. Поездка в Данию и Швецию, устроенная в июне 1908 года Центральным сельскохозяйственным обществом в Варшаве. Часть II. / К. Свяцкий. – Минск : Типография Илья Каплан, 1908. – 15 с.
14. Статистика расходов Департамента Земледелия 1913 год. – Петроград : Типография В. Е. Киршбаума, 1915. – 153 с.

Мельнікаў І. В.,
доктар гісторыі, ад’юнкт Гістарычнага інстытута
Уроцлаўскага ўніверсітэта (Польшча)

ГІСТОРЫЯ АБАРОНЫ ЗАСЛАЎЯ Ў ЧЭРВЕНІ 1941 ГОДА ЯК ТУРЫСТЫЧНЫ МАРШРУТ І ЭЛЕМЕНТ ПАТРЫЯТЫЧНАГА ВЫХАВАННЯ ЖЫХАРОЎ БЕЛАРУСІ

У год гістарычнай памяці вялікае значэнне мае працэс патрыятычнаяга выхавання беларускага грамадства. У гэтым кантэксце важную ролю адыгрываюць веды па гісторыі Вялікай Айчыннай вайны. Адным з ключавых момантаў гэтага цяжкага перыяду айчыннай гісторыі з’яўляюцца абарончыя баі Чырвонай Арміі ў чэрвені 1941 г. Тут, безумоўна, трэба вылучыць гераічную абарону Заслаўя ў першыя дні пасля нападу нацысцкай Германіі на Савецкі Саюз.

Абарона на «старой мяжы»

Трэба памятаць, што пасля ўз’яднання Заходняй Беларусі з БССР у верасні 1939 г. савецкія ўлады працягвалі захоўваць даваенную мяжу, якая ператварылася ў «зону загароды». Былую лінію мяжы ля Заслаўя ахоўваў 16-ты памежны атрад у Дзяржынску. У 1940 г. у яго склад уваходзілі: 1-я камендатура (памежныя заставы: № 1 «Манулы», № 2 «Чыравічы», № 3 «Глушаны», № 4 «Меткава», № 5 «Новае Поле», № 6 «Вялікае Сяло»); 2-я камендатура «Паланевічы» (памежныя заставы: № 7 «Кавальцы», № 8 «Наквасы», № 9 «Лучэсы», № 10 «Паланевічы», № 11 «Коласава»; 3-я камендатура «Магільна» (памежныя заставы: № 12 «Прусінава», № 13 «Масевічы», № 14 «Аструп» [5]; 4-я камендатура «Цімкавічы» (памежныя заставы: № 15 «Кукавічы», № 16 «Пузава», № 17 «Філіпавічы»; 5-я камендатура «Красная Слабада» (памежныя заставы: № 21 «Вялічкавічы» [6], № 22 «Магільск», № 23 «Яскавічы», № 24 «Ананьчыцы»). Але трэба ўлічваць, што 23 снежня 1940 г. было прынята рашэнне аб аднаўленні заставы № 4 «Радашковічы», што прывяло да змянення нумерацыі ўсіх памежных застаў 16-га памежатрада. Так, напрыклад, застава «Меткава» атрымала нумар 5 [1, С. 36].

Вось як падзеі чэрвеня 1941 г. апісваў начальнік 16-га Дзяржынскага памежатрада А. Аляксееў: «Хоць 16-ты памежатрад стаяў на старой мяжы, на лініі зоны памежнай загароды Радашковічы – Заслаўе – Негарэлае – Цімкавічы – Красная Слабада, хоць да новай мяжы было больш за 400 кіламетраў, вайна пачалася для нас таксама 22 чэрвеня. [...] Ужо на наступны дзень пасля той “чорнай” нядзелі пачаліся сутычкі нашых памежнікаў з варожымі лазутчыкамі і дыверсантамі, якія былі пераапраанутыя ў форму чырвонаармейцаў

і камандзіраў Чырвонай Арміі, часам у міліцэйскую форму, ездзілі на матацыклах ці легкавых машынах, былі добра ўзброеныя. А 22 і 24 чэрвеня баі ішлі з гітлераўцамі ва ўсю моц. Асабліва гераічна змагаліся воіны заставы лейтэнанта Трыгубава непасрэдна ад мястэчка Радашковічы. Немцы кінулі супраць заставы батальён пяхоты і роту танкаў. Памежнікі трымалі жорсткую абарону. Многія з іх загінулі як героі. Слаўна біліся с ворагам і іншыя заставы 16-га памежатрада» [2, С. 54]. Зразумела, што «зьялёныя фуражкі» на «старой» мяжы мелі час дзеля таго, каб падрыхтавацца да абароны супраць немцаў. Праўда, думаю, мала хто з іх разлічваў, што нацысцкія войскі апынуцца на «старым» кардоне так хутка.

Ужо 22 чэрвеня 1941 г. начальнік 16-га памежатрада аддаў загад узмацніць ахову «зонаў загароды». Гэты загад лінейным заставам прадублявалі камандзіры памежных камендатур. Першым выпрабаваннем для памежнікаў стала «фільтрацыя» бежанцаў, якія беглі ад вайны з заходніх абласцей савецкай Беларусі. Ужо ўвечары 23 чэрвеня 1941 г. на ўчастку памежзаставы № 5 «Меткава» памежнікі затрымалі трох дыверсантаў. У іх задачу ўваходзіла знішчэнне ліній сувязі, а таксама цэлеўказанне для нямецкай авіяцыі.

Вось як пачатак вайны ўзгадваў малодшы лейтэнант памежных войскаў Е. Шэль з заставы № 6 «Вялікае Сяло»: «У 4 гадзіны 22 чэрвеня 1941 г. я знаходзіўся ў нападзе ў раёне лагчыны Бекшыца [...]. У 22 гадзіны 23.06.1941 нямецкія бамбавікі ў колькасці 15-16 самалётаў разбамбілі заставу. Пры гэтым было забіта і паранена 6 чалавек. [...] Фашысты у колькасці да роты пяхоты пры падтрымцы 4 танкаў пачалі наступ на заставу. Я ўдзельнічаў у абароне заставы ў якасці снайпера. Памочнік начальніка памежзаставы малодшы лейтэнант Шчарбакоў загадаў знішчаць варожых снайпераў, назіральнікаў, кулямётчыкаў. [...] У 2 гадзіны ночы прыбыла дапамога з памежзаставы № 4 («Радашковічы» – І. М.). Бой ля заставы доўжыўся каля двух сутак. Два танкі было знішчана. Нашыя страты склалі: 12 забітых і 18 параненых. У 20:00 26.06.1941 года немцы атрымалі значнае падмацаванне і ўзнавілі наступ сіламі да палка пяхоты, танкі, артылерыя. У гэты час быў дадзены загад адступіць на новыя пазіцыі ў мястэчка Заслаўе» [1, С.38].

Вялікае значэнне мела чыгуначнае КПП «Радашковічы» і камендатура № 1, якая знаходзілася ў в. Пятрышкі. Яе начальнікам быў капітан Ломцеў. 23 чэрвеня 1941 г. па яго распараджэнні заставы на лініі «зонаў загароды» атрымалі дадатковую зброю (ручныя кулямёты (па 5–7 на заставу), гранаты) і боепрыпасы. Але 24 чэрвеня 1941 г. камендатура страціла правадную сувязь з атрадам у Дзяржынску і заставамі на лініі «старой» мяжы. Сувязісты, якія спрабавалі пачыніць лінію, былі абстраляныя. Хутка ў штаб камендатуры «Радашковічы» прыбылі сувязныя з застаў, якія паведамілі, што памежнікі на лініі даваеннай мяжы вядуць бой супраць немцаў. Ломцеў вырашыў накіраваць

на дапамогу заставам рэзерв на машынах, а на заставу «Чыравічы» выехаў сам. Аднак на пад'ездзе да заставы машына з памежнікамі была абстраляна і знішчана нямецкімі самалётамі. Два памежнікі загінулі на месцы, яшчэ два былі паранены, і іх накіравалі назад у Пятрышкі. Калі капітан Ломцеў з 6 байцамі дабраліся да заставы «Чыравічы», то ўбачылі, што вайсковы гарадок цалкам знішчаны. Бой ішоў побач з будынкамі казармаў.

Памежнікі з КПП «Радашковічы» ударылі ў фланг і тыл немцаў і на нейкі момант прарвалі кальцо атачэння, ў якім апынуўся гарнізон заставы на чале з лейтэнантам Скурыхіным. Гэта дало магчымасць памежнікам з заставы «Чыравічы» адысці і спалучыцца с групай капітана Ломцева. Падчас адыходу савецкім памежнікам прыйшлося весці бой супраць нямецкіх дыверсантаў. Увечары яны дайшлі да Пятрышак, аднак там ужо былі немцы. Памежнікі вымушаны былі адыходзіць у бок Заслаўя. Тут група Ломцева спалучылася з рэшткамі гарнізона савецкай памежнай заставы «Глушаны» на чале з лейтэнантам Топчыем [3, С. 42]. Гэтая застава таксама была разбіта немцамі і з баямі адышла ў бок в. Хмелеўка.

Мужна змагаліся супраць ворага і іншыя заставы 16-га памежатрада. Дзякуючы даследаванням М. Акаловіча сёння мы ведаем пра мужны бой, які супраць немцаў вёў гарнізон заставы № 5 у в. Меткава. Пасля нападу Германіі на СССР начальнік заставы лейтэнант М. Трыгубаў разам з малодшым палітруком І. Парынавым вырашылі ўзмацніць памежныя нарады. Адначасова лейтэнант «замовіў» са склада ў Заслаўі тры станкавыя кулямёты і патроны да іх. Гэтую зброю ўстанавілі на агнявых пазіцыях ля заставы. Стратэгічным месцам абароны ля в. Меткава, акрамя самой заставы, быў мост праз раку. Пераправіўшыся праз яго, немцы падыходзілі пад самыя сцены вайсковага гарадку памежнікаў. Пераправу замінавалі і паставілі там кулямёт. Раніцай 25 чэрвеня 1941 г. памежнікі ля маста заўважылі калонну немцаў, якія рухаліся ў бок Меткава. Наперадзе ехаў танк. Калі ён пад'ехаў да маста, прагучаў выбух, і машына на ўсёй хуткасці ўпала ў раку. Кулямёт, за якім сядзеў памежнік В. Дземчанка, пачаў «адсякаць» пяхоту праціўніка. Хутка немцы апамяталіся, выстраіліся ў баявы парадак і пачалі наступ на памежнікаў. Па савецкім кулямёце пачалі біць мінамёты, а нямецкая пяхота пайшла ў атаку. Здавалася, сітуацыя безвыходная, аднак тут агонь адкрыў другі савецкі кулямёт. Немцы вымушаны былі адысці. Праз некаторы час немцы ізноў пачалі абстрэл савецкіх пазіцый з артылерыі і мінамётаў. Гэта прынесла вынікі. Пяхота вермахта пераправілася на другі бок ракі і атакавала заставу [3, С. 45]. «Памятаю, бягуць праз вёску шэсць хлопцаў у зялёных фуражках, крычаць: “Не ўтрымалі, не ўтрымалі”. А як яны з вінтоўкамі ўтрымаюць, калі супраць іх танкі », – апісваў падзеі чэрвеня 1941 г. адзін з жыхароў в. Меткава ў размове з аўтарам. Відавочна, гутарка ішла пра пераправу праз раку, якую савецкім кулямётчыкам не атрымалася «зачыніць» [4, С. 67]. У адзін з момантаў малодшы палітрук

І. Парынаў загадаў старшыне Міронаву адчыніць вальеры, дзе ўтрымліваліся службовыя сабакі, і выпусціць іх на немцаў. Псы пайшлі ў апошні бой. Усе яны загінулі, аднак дапамагі адкінуць немцаў ад памежнага вайсковага гарадка. Тады ж было прынята рашэнне прарывацца з атачэння ў бок Заслаўя. Як адзначае М. Акаловіч, у абароне заставы «Меткава» 25 чэрвеня 1941 г. загінула больш паловы савецкіх памежнікаў [2, С. 49].

Заслаўе абараняецца

19 чэрвеня 1941 г. штаб 44-га стралковага корпуса РСЧА пад камандаваннем беларуса, ураджэнца Вільні, камдыва В. Юшкевіча атрымаў загад высунуцца з раёна Дарагабужа пад Смаленскам у бок Мінска для ўдзелу ў вучэннях вайсковай аругі. У склад корпуса ўваходзілі: 64-я стралковая дывізія (камандзір палкоўнік С. Ёўлеў), падчас абароны Заслаўя і Мінска абараняла больш за 50 км фронту; 108-я стралковая дывізія (генерал-маёр А. Маўрычаў) абараняла каля 40 км фронту; 161-я стралковая дывізія (палкоўнік А. Міхайлаў); 49-ты корпусны артылерыйскі полк (палкоўнік А. Мельнікаў) [5, С. 52].

Ужо 21 чэрвеня 1941 г. першыя падраздзяленні корпуса сталі прыбываць на станцыю Ратамка. 22 чэрвеня стала зразумела, што наперадзе перад смаленскімі палкамі не вучэнні, а сапраўдная вайна. Адзначым, што 64-я і 108-я дывізіі накіроўваліся пад Мінск чыгуначнымі эшалонамі, а 161-я дывізія рухалася з Магілёва на Калодзішчы. Акрамя гэтага, ў апэратыўнае падпарадкаванне штаба 44-га корпуса ўвайшла і 100-я ордэна Леніна дывізія пад камандаваннем генерал-маёра І. Русіянава. 24 чэрвеня 1941 г. у штабе Заходняга фронту камдыў Юшкевіч атрымаў загад разгарнуць абарону па лініі Мінскага ўмацаванага раёна. 25 чэрвеня 1941 г. камандуючы дывізіяй загадаў 64-й і 108-й дывізіі абараняць маладзечанскі і дзяржынскі накірунак, а 161-й дывізіі сканцэнтравацца ў раёне Азярышча – Уручча – Падбалоцце. Камандны пункт корпуса знаходзіўся ў Ждановічах. Стык паміж Мінскім і Слуцкім УРАмі павінен быў абараняць 20-ты механізаваны корпус (штаб знаходзіўся ў Чырвоным Гаі пад Мінскам, а палігоны ля вёсак Малы і Вялікі Трасцянец) пад камандаваннем генерал-маёра А. Нікіціна. «У той жа дзень (маецца на ўвазе 24 чэрвеня 1941 г. – І. М.) па дарогах і праз мятэчка Радашковічы і Койданава пачаўся рух адступаючых войскаў на машынах і пешшу. Мы атрымалі загад папоўніць дывізію да нармальнага штату за кошт адступаючых часцей», – адзначаў у успамінах палкоўнік С. Ёўлеў [7]. 24 чэрвеня 1941 г. 30-ты стралковы полк разам з 1-м і 3-м дывізіёнамі 219-га гаўбічнага, 1-м дывізіёнам 49-га корпуснага артылерыйскіх палкоў і батарэяй 170-га асобнага знішчальна-супрацьтанкавана дывізіёна павінны былі абараняць участак Скарэвічы – Хмелеўка – Каланіцы з пярэднім краем на лініі ўмацаванага раёна.

25 чэрвеня 1941 г. пачаліся баі ў раёне в. Рогава, дзе абараняліся чырвонаармейцы 30-га стралковага палка пад камандаваннем палкоўніка А. Яфрэмава.

Цікавым фактам з'яўляецца тое, што кампалка часта выкарыстоўваў зенітныя кулямётныя ўстаноўкі, якія складаліся з чатырох кулямэтаў «Максім», у якасці зброі супраць наземнага праціўніка. Асабліваю ролю ў баях пад Заслаўем адыграла прымяненне чырвонаармейцамі ў барацьбе супраць танкаў бугэлек з бензінам. Яшчэ ў 1980-я гады на тэрыторыі Заслаўшчыны жылі людзі, якія памяталі, як у чэрвені 1941-га па мястэчках і вёсках хадзілі чырвонаармейцы і збіралі пустыя бутэлькі. 25 чэрвеня нямецкія матацыклісты 7-й нямецкай танкавай дывізіі 3-й танкавай групы генерала Гота паспрабавалі сходу ўвайсці ў Заслаўе з боку Хмелеўкі, аднак былі сустрэтыя чырвонаармейцамі 2-га батальёну 159-га палка РСЧА, а таксама артылерыстамі 219-га гаўбічнага палка і пасля кровапралітных баёў адышлі. На працягу дня падраздзяленні вермахта зрабілі чатыры спробы ўзяць горад Ізяслава. Усе беспаспяховыя. Увечары нацысты атрымалі рэзервы і пайшлі ў чарговы наступ. Наперадзе ішло пяць танкаў, якія змялі першую лінію абароны чырвонаармейцаў. Савецкім жаўнерам атрымалася знішчыць тры танкі, але дзве машыны ўсё ж прарваліся і пранесліся праз увесь горад у бок Ратамкі [6, С. 53].

Заслаўе абараняў 2-гі батальён 159-га стралковага палка капітана А. Жукоўскага. Акрамя гэтага, савецкімі апорнымі пунктамі ў горадзе Ізяслава былі вайскова-тэхнічны склад памежных войскаў НКВС БССР № 11 (начальнік – маёр П. Собалеў) і артылерыйска-зброевая майстэрня № 88 (на чале – старэйшы лейтэнант, памежнік В. Фядулаў). У распараджэнні абаронцаў памежнага склада былі дзве гарматы калібра 45 мм. Склад ахоўвалі байцы 1-га стралковага беларускага палка НКВС. Да таго ж у абароне Заслаўя удзельнічалі савецкія памежнікі з застаў «Чыравічы», «Глушаны», «Меткава» і рэшткі гарнізона памежнай камендатуры «Радашковічы», якія злучыліся з падраздзяленнямі 19-га стралковага палка 64-й дывізіі.

Немцам удалося захапіць паўночна-ўсходнюю частку Заслаўя, аднак чырвонаармейцы і памежнікі не збіраліся здавацца. Цяжка паверыць, але іх контратакі прымусілі салдат вермахта адступіць да касцёла і там заняць абарону. Сітуацыя нагадвала тую, што адбывалася ў першыя дні нападу Германіі на СССР у Берасцейскай крэпасці, калі яе абаронцам удалося загнаць немцаў у клуб, які «за польскім часам» быў касцёлам. Пры спробе выбіць ворага з гэтага апорнага пункта загінуў камандзір 159-га стралковага палка РСЧА падпалкоўнік А. Бялоў.

У самім Заслаўі падраздзяленне памежнікаў пад камандаваннем капітана Ломцева заняло абарону ля заслаўскіх могілак. 28 чэрвеня 1941 г. у раёне могілак у Заслаўі немцы накрылі савецкія пазіцыі артылерыйскім агнём. На працягу дня каля склада № 11 працягваліся кровапралітныя баі. Тут загінуў камандзір памежнай заставы «Меткава» М. Трыгубаў. Тыя з абаронцаў, што засталіся жывыя, мусілі адступаць. У ноч на 29 чэрвеня 1941 г.

чырвонаармейцы і памежнікі, якія да канца абаранялі памежны склад, адступілі. 1 ліпеня 1941 г. з баямі яны ўсё ж прарваліся да сваіх. Перад адступленнем абаронцы Заслаўя паспелі знішчыць будынкі вайскова-тэхнічнага склада памежных войскаў і артылерыйска-зброевай майстэрні.

Бетонныя крэпасці даюць бой

Трагедыя Мінскага ўмацаванага раёна (МіУР) была ў тым, што ён у чэрвені 1941 г. застаўся, па сутнасці, без гаспадара: там не апынулася камандзіра, які б мог арганізаваць эфектыўную абарону ўсёй лініі доўгатэрміновых умацаванняў ля сталіцы БССР. Камендант МіУР, палкоўнік С. Лялькоў, загінуў на трэці дзень вайны пры нявысветленых абставінах, і камандаванне ДАКамі на былой мяжы перайшло да камандзіра 64-й стралковай дывізіі, палкоўніка С. Ёўлева. Нягледзячы на ўсе пралікі камандавання, шматлікія агнявыя кропкі МіУР ля Заслаўя і іншых населеных пунктаў ля Мінска гераічна супрацьстаялі ворагу. На многіх з іх і сёння бачныя сляды ад абстрэлаў артылерый і стралковым узбраеннем. Мужна змагаўся супраць нацыстаў, якія наступалі на Мінск, вузел абароны каля вёскі Хмелеўка (некалькі кулямётных, трохамбразурных ДАКаў). У Крылаўскіх лясках немцам моцна «папсаваў кроў» гарматны паўкапанір № 07. У гэтым жа раёне знаходзяцца іншыя агнявыя кропкі VII батальённага раёна Мінскага ўмацаванага раёна, якія далі бой часцям вермахта. На ўскраіне вёскі Крылава можна ўбачыць трохамбразурны ДАК № 95. На яго сценах бачныя сляды абстрэлу з кулямётаў і гармат. У самой вёсцы Крылава знаходзіцца агнявая кропка № 97. Стрэл нямецкага танка тут прыйшоўся ў адну з амбразур. Кулямётны станок разбіты, аскепкамі пасечаныя сцены і вентыляцыйныя трубы.

Памяць

У рамках экскурсіі «Мяжа была пад Мінскам 1921–1941 гг.» аўтар артыкула робіць вялікі акцэнт на адлюстраванні гісторыі гераічных абарончых баёў Чырвонай Арміі супраць нацыстаў у чэрвені 1941 г. у Заслаўі. Сёння ключавымі месцамі ў экскурсіі з’яўляюцца: будынак станцыі «Беларусь»; вайсковы гарадок савецкіх памежнікаў на вуліцы Савецкай (будынак былой камендатуры і казармы 15-га памежнага атрада), агнявыя кропкі Мінскага ўмацаванага раёна; магіла абаронцаў Заслаўя на старых могілках на вуліцы Вялікай. Аднак у горадзе катастрофічна не хапае інфармацыйных стэндаў і мемарыяльных знакаў, прысвечаных гэтай тэматыцы. У сувязі з гэтым лічу мэтазгодным адзначыць свае прапановы па гэтай тэме.

На тэрыторыі Беларусі ў шматлікіх гарадах (Дзяржынск, Цімкавічы, Берасце) маюцца помнікі ў памяць савецкіх памежнікаў, якія загінулі пры абароне мяжы ў чэрвені 1941-га. Для Заслаўя гэта тэма, як бачна з вышэй прыведзеных фактаў, зусім не чужая, таму трэба было б у раёне паміж чыгуначнай станцыяй «Беларусь» і былой памежнай камендатурай (сёння магазін «Пера-

крыжаванне») паставіць памятны знак у выглядзе савецкага памежнага слупа (з граніту) з выявай шыльды з надпісам «БССР – СССР». Такія слупы стаялі на даваеннай савецка-польскай мяжы. Яны ж заставаліся на лініі «зоны загарады» ля Заслаўя у чэрвені 1941 г. Акрамя гэтага, ля гэтага памятнага знака трэба было б усталяваць шыльду з надпісам, прысвечаным памяці гераічнай абароны Заслаўя савецкімі памежнікамі і байцамі Чырвонай Арміі ў чэрвені 1941 г. Таксама ў горадзе трэба было б паставіць інфармацыйны банэр на Рынкавай плошчы з тэкстам аб гісторыі баёў савецкіх войскаў супраць немцаў у першыя дні Вялікай Айчыннай з пазнакай аб гераічнай смерці камандзіра 159-га стралковага палка палкоўніка А. Бялова. Нарэшце, ля старых заслаўскіх могілак трэба было б паставіць інфармацыйны банэр з пазнакай аб знаходжанні там мемарыяльнай магілы абаронцаў Заслаўя у чэрвені 1941 г.

Асобныя інфармацыйныя стэнды трэба было б паставіць ля савецкіх ДАКаў у в. Хмелеўка і ля дарогі Пятрышкі-Заслаўе з апісаннем гісторыі баёў савецкіх бункераў супраць нямецкіх частак у чэрвені 1941 г. Акрамя гэтага, інфармацыйны банэр трэба было б усталяваць ля савецкага артылерыйскага паўкапаніра № 07 у Крылаўскіх лясах з апісаннем гераічнага боя яго абаронцаў супраць нацыстаў у чэрвені 1941 г. Нарэшце, у в. Меткава, у раёне ябланевага сада, які садзілі савецкія памежнікі ў 1930-я гг., трэба ўсталяваць мемарыяльны знак у памяць службовых сабак, якія ў чэрвені 1941 г. коштам свайго жыцця далі магчымасць савецкім памежнікам вырвацца з атакання і прарвацца ў Заслаўе.

Усе ўзгаданыя памятныя знакі і інфармацыйныя стэнды не толькі стануць важнымі «апорнымі пунктамі» для правядзення экскурсій, але і паспрыяюць захаванню ведаў і памяці пра цяжкую і гераічную гісторыю абароны Заслаўя ў чэрвені 1941 г. як сярод жыхароў Мінскага раёна, так і ўвогуле ўсіх тых, хто жадае наведваць Заслаўшчыну ў турыстычных мэтах. Стварэнне ўзгаданых мемарыяльных знакаў і інфармацыйных стэндаў – гэта даніна павагі для гераічных чырвонаармейцаў і памежнікаў, якія ў чэрвені 1941 г. ператварылі стары горад Ізяслава ў непрыступную крэпасць на шляху немцаў на Мінск.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Мельнікаў, І. В. Чэрвень 1941-га. Спыніць на «старой» мяжы / І. В. Мельнікаў. – Мінск : Альфакніга, 1921. – 214 с.
2. Акаловіч, М. М. Стаяць насмерць. Нарысы пра герояў-абаронцаў г. Мінска / М. М. Акаловіч. – Мінск : Народная асвета, 1975. – 144 с.
3. Акаловіч, М. М. Яны абаранялі Мінск : Кніга для настаўніка / М. М. Акаловіч. – 2-е выданне. – Мінск : Народная асвета, 1987. – 278 с.

4. Мельнікаў, І. В. Мяжа была пад Мінскам 1921–1941 гг. / І. В. Мельнікаў – Мінск : Альфакніга, 2017. – 275 с.
5. Мельнікаў, І. В. Мяжа ля Заслаўя 1921–1941 гг. / І. В. Мельнікаў – Мінск : Галіяфы, 2015. – 280 с.
6. Гот, Г. Танкавыя аперацыі / Г. Гот – Масква :Ваенвыдат, 1961. – 207 с.
7. Ёўлеў, С. І. У баях пад Мінскам [Электронны рэсурс] / С. І. Ёўлеў. – Рэжым доступу: <http://www.rkka.ru/oper/64sd/64sd.htm>. – Дата доступу: 19.05.2022.

Токарчук С. М.,

кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры географии
и природопользования факультета естествознания учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

Полячок Т. С.,

магистрант факультета географии и геоинформатики
Белорусского государственного университета

НАСЕЛЕННЫЕ ПУНКТЫ БЕЛАРУСИ И ЕВРОПЫ НА КАРТЕ БРЕСТА (ИНТЕРАКТИВНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ПО УЛИЦАМ ГОРОДА С ГЕОГРАФИЧЕСКИМИ НАЗВАНИЯМИ)

Введение. Современный город – это сложная система, которая объединяет большое количество самых разных элементов, отличающихся как по происхождению, так и по назначению. Одним из данных элементов современной городской среды является ее улично-дорожная сеть, которая формируется и развивается как единая, целостная, взаимосвязанная и взаимозависимая система транспортных путей территории города. Особенностью элементов улично-дорожной сети является наличие их наименований. Названия элементам улично-дорожной сети присваиваются исходя из большого количества вариантов.

Таким образом, значительную актуальность приобретают работы, связанные с изучением названий улично-дорожной сети. Необходимо отметить, что работы, связанные с изучением названий городских элементов улично-дорожной сети, можно найти в самых разнообразных областях научных знаний (географии, краеведении, филологии, архитектуре, истории и др.).

Наименования элементов внутригородских объектов улично-дорожной сети называются урбанонимами. Изучение урбанонимов дает большое количество сведений об особенностях города, истории его формирования, а также дает возможность определить уникальность конкретного города среди других городов. Таким образом, исследования данной тематики представляют значительную актуальность и востребованы в разных отраслях наук.

Материал и методика исследования. Цель данного исследования – дать общую характеристику урбанонимам города Бреста, выполнить типизацию и описать особенности пространственного распространения урбанонимов, связанных с названиями географических объектов в пределах города Бреста.

По результатам исследования было выполнено картографическое веб-приложение, отображающее размещение данных типов урбанонимов как на карте Бреста, так и на карте Европы.

При изучении типов урбанонимов Бреста использовалась сложная многоуровневая система типизации урбанонимов. В данной типизации урбанонимы объединяются в четыре группы, каждая из которых в свою очередь подразделяется на подгруппы, некоторые из которых также делятся на более мелкие категории. При проведении исследования данная типизация была адаптирована для изучения урбанонимов Бреста.

Если рассматривать данную типизацию урбанонимов, то названия, связанные с другими географическими объектами, относятся к «Принципу А».

В пределах данного принципа выделяются две подгруппы и несколько более мелких категорий. В целом данная часть типизации выглядит следующим образом:

Принцип А. Урбанонимы по отношению улицы к другому значимому объекту.

А.1. Признак, характеризующий место расположения улицы, который имеет следующие подгруппы:

А.1.1. Названия, мотивированные наименованиями архитектурных объектов.

А.1.2. Названия по местоположению улицы относительно природных объектов.

А.1.3. Названия, повторяющие наименования других внутригородских объектов.

А.2. Признак, указывающий на связь улицы с другим географическим объектом вне города.

В данном исследовании проводилось изучение урбанонимов категорий «А.1.3. Названия, повторяющие наименования других внутригородских объектов» и «А.2. Признак, указывающий на связь улицы с другим географическим объектом вне города».

Результаты и их обсуждение. В целом, урбанонимы по отношению улицы к другому значимому объекту (принцип А) представляют в Бресте 18 % от общего количества элементов улично-дорожной сети (142 элемента).

Самыми распространенными урбанонимами из первого подтипа принципа А являются названия, повторяющие наименования других внутригородских объектов.

Среди данных типов урбанонимов встречаются названия, которые соответствуют наименованиям исторических частей города. Всего 10 исторических частей города упоминаются в названиях его улиц и переулков (Бернады, Вулька, Вычулки, Гершоны, Козловичи, Котельня-Боярская, Лысая гора, Митьки, Плоска, Речица, Тришин).

Таким образом, на карте Бреста можно найти улицы *Вульковская, Речицкая, Тришинская, Митьки, Плоска* и другие. Если рассматривать особенности расположения данных улиц, то абсолютное большинство из них находится в тех исторических частях города, «в честь» которых они и названы.

В составленном картографическом веб-приложении можно увидеть местоположение всех этих улиц на карте города. К каждому местоположению улицы привязано всплывающее окно, посредством которого можно узнать название исторической части города и название самой улицы. Также в дополнительной боковой панели можно прочесть пояснительный текст, а также рассмотреть некоторые аншлаги (таблички с названиями улиц), которые размещены на улицах данной категории (рис. 1). Если внимательно посмотреть на карту, можно увидеть, что улицы с данными названиями в основном расположены в периферийных частях города, преимущественно это микрорайоны с сохранившейся усадебной застройкой.

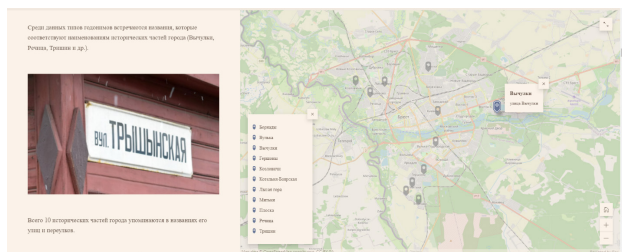


Рис. 1 – Представление урбанонимов, отображающих названия, повторяющие наименования других внутригородских объектов в картографическом веб-приложении

Самое большое количество улиц в данной группе получили название по признаку, указывающему на связь улицы с другим географическим объектом вне города.

Во-первых, это могут быть географические объекты, расположенные в непосредственной близости к городу, в частности пригородные сельские населенные пункты (Клейники, Косичи, Лыщицы, Мотыкалы, Остромечево, Черни).

Например, в Бресте есть *Мотыкальская, Чернянская, Остромечевская* улицы, *два Остромечевских переулка и др.*

В картографическом веб-приложении можно увидеть карту, на которой нанесены данные населенные пункты, а также благодаря настроенному всплывающему окну увидеть характерную для них фотографию и перечень всех урбанонимов, получивших свое название от данного населенного пункта (рис. 2). Согласно составленной карте видно, что все эти населенные пункты находятся к северу от города Бреста.

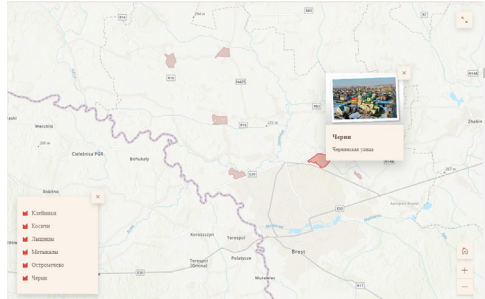


Рис. 2 – Представление урбанонимов, отображающих названия прилегающих сельских населенных пунктов в картографическом веб-приложении

Во-вторых, в Бресте отдельные урбанонимы получили свое название от наименований других населенных пунктов Беларуси.

Это населенные пункты разных типов и статуса:

1. Столица Беларуси (в «честь» Минска в Бресте названы два переулка (*1-й Минский и 2-й Минский*) и существует также *Столичная улица*).
2. Областные центры Беларуси (один областной центр – Гродно – упоминается на аншлагах города: *улицы Городнянская* (Городня – старое название города) и *Гродненская*).
3. Районные центры (наибольшее количество наименований улиц связано с районными центрами: *Каменецкая, Орианская, Столинская улицы и др.*).
4. Города, не имеющие административного статуса (город Высокое: *Высоковская улица*).
5. Поселки городского типа (Телеханы: *Телеханская улица*).
6. Сельские населенные пункты (Томашовка: *Томашовская улица*).

В картографическом веб-приложении урбанонимы данного типа отображены на карте дважды. Во-первых, на карте Бреста нанесены улицы и переулки данной категории. Во-вторых, создана карта расположения в пределах Беларуси данных населенных пунктов. Они отображены четырьмя цветами: столица Беларуси отмечена красным цветом, областные центры – фиолетовым, районные центры – серо-голубым, города, не имеющие административного статуса, – бирюзовым, поселки городского типа – синим, сельские населенные пункты – зеленым (рис. 3). Если изучить вторую карту, то можно увидеть, что большинство урбанонимов образовались «благодаря» населенным пунктам Брестской области (12 населенных пунктов). Населенные пункты Гомельской и Могилевской области не упоминаются в названиях улиц Бреста.

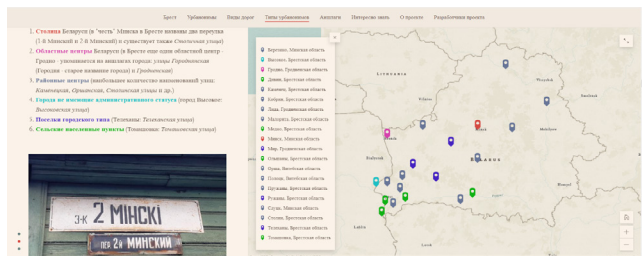


Рис. 3 – Представление урбанонимов, отображающих названия населенных пунктов Беларуси в картографическом веб-приложении

Также в названиях элементов улично-дорожной сети города Бреста упоминаются названия городов и иных объектов, расположенных далеко от Бреста, как в пределах стран СНГ, так и стран дальнего зарубежья.

Таким образом, в Бресте существуют элементы улично-дорожной сети, названные «в честь» столиц (Москва, Киев, Варшава, Вильнюс) четырех граничащих с Беларусью государств (Россия, Украина, Польша, Литва): *Московская улица, Киевская улица* и два *Киевских переулка, Варшавское шоссе, Виленская улица* и четыре *Виленских переулка*.

Остальные урбанонимы названы «в честь» четырех украинских городов (Житомир, Ковель, Луцк, Чернигов), трех российских (Волгоград, Санкт-Петербург (Ленинград), Орел) и двух польских (Влодава, Тересполь).

Большинство данных населенных пунктов находится вблизи с границей Беларуси, а также в непосредственной близости от Бреста (рис. 4).

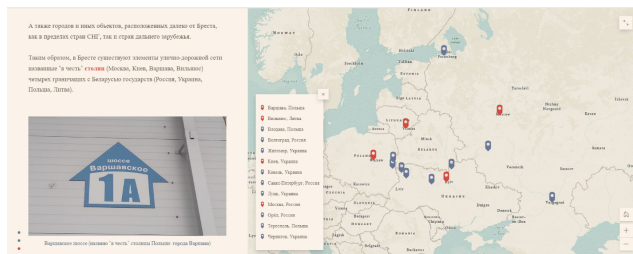


Рис. 4 – Представление урбанонимов, отображающих названия населенных пунктов вне Беларуси в картографическом веб-приложении

Заключение. Изучение урбанонимов – это актуальное и популярное краеведческое направление. В данной работе показано, как можно организовать изучение географических названий Беларуси и Европы, изучая урбанонимы Бреста.

Флерко Т. Г.,
старший преподаватель кафедры геологии и географии
учреждения образования «Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины»

Лямцева Н. И.,
учитель географии государственного учреждения образования
«Средняя школа № 66 г. Гомеля»

ИЗ ОПЫТА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

На геолого-географическом факультете Гомельского государственного университета имени Франциска Скорины ведется подготовка географов специализации «География туризма и экскурсионный менеджмент». В рамках курсового и дипломного проектирования осуществляется разработка туристических проектов, направленных на реализацию в первую очередь внутри нашего региона. Их тематика охватывает все виды туризма, которые получили развитие в Гомельской области. В создании новых проектов активное участие принимают учащиеся ГУО «Средняя школа № 66 г. Гомеля», в которой действует филиал кафедры. О некоторых успешных работах пойдет речь в данной статье.

Разработка туристических проектов требует изучения большого объема краеведческого материала, который впоследствии является основой для разработки технологических карт, паспортов объектов и другой обязательной документации. В рамках проектов создаются макеты уникальной сувенирной продукции, буклеты, альбомы, научно-популярные издания. С целью изучения спроса на предлагаемый туристический продукт проводится социологический опрос населения разных возрастных категорий. Современные ГИС-технологии позволяют проанализировать полученную информацию и разработать картографический материал. Обязательным элементом исследования является SWOT-анализ реализации туристического проекта. Для отдельных проектов были разработаны интерактивные карты, сайты и мобильные приложения.

Проект «Православное деревянное зодчество Гомельской области». В Гомельской области сохранилось достаточное количество церковных памятников архитектуры, в том числе деревянного зодчества, представляющих повышенный интерес как с познавательной, так и паломнической стороны. Наша задача – донести до потенциальных туристов информацию об этих ценных объектах, тем самым повысить их уровень знаний и популяризировать направление экскурсионно-познавательного религиозного туризма.

Объектами нашего изучения стали 14 православных храмов Гомельской области, относящихся к памятникам деревянного зодчества. Преобладающая их часть действует и находится в хорошем состоянии. Два храма расположены в г. Гомеле.

Проект «Православное деревянное зодчество Гомельской области» включает в себя три познавательно-экскурсионных радиальных и кольцевых тематических автобусных маршрута с выездом из Гомеля: «Православное деревянное зодчество Полесья», «Православное деревянное зодчество г. Гомеля и окрестностей», «Культовые памятники деревянного зодчества северных регионов Гомельщины». Данный проект рассматривает культовые объекты с точки зрения архитектуры и дает возможность познакомиться с уникальными памятниками традиционного белорусского деревянного зодчества на территории Гомельского региона [1].

Проведенное исследование показало, что из трех предложенных маршрутов наиболее привлекательными являются «Православное деревянное зодчество Полесья» и «Православное деревянное зодчество г. Гомеля и окрестностей». В первый из указанных маршрутов включен объект, известный не только в пределах области и республики, но и за рубежом, – храм Всех Святых в Турове. Он привлекает как туристов, так и паломников. Вызывают большой интерес также храмы Святой Живоначальной Троицы в Ельске и Успения Пресвятой Богородицы в д. Кошевичи Петриковского района.

Предполагаем, что большой популярностью у туристов будет пользоваться однодневный маршрут в пределах города Гомеля и его окрестностей. В регионе концентрируется значительное количество значимых культовых памятников, представляющих интерес не только с точки зрения истории и архитектуры, но и религии.

Опрос показал довольно низкий интерес к религиозному туризму среди молодежи. Они в большинстве случаев не знакомы с памятниками церковного деревянного зодчества. Это доказывает необходимость популяризации данного направления.

В рамках проекта была разработана интерактивная карта, буклеты, авторская сувенирная продукция.

Проект «Старинные усадебные комплексы Гомельской области». В Гомельской области своеобразные ландшафтные особенности сочетаются с историко-культурными, создавая уникальную возможность для развития данного направления туризма. Усадебные комплексы украшают возвышенные территории, берега рек и озер, привнося величие и благородство. Они являлись центрами не только культурной жизни, но и развития промышленности в регионе. При них были созданы винокурни, первые фабрики и заводы, центры торговли. Усадебный туризм способствует сохранению истории и традиций этих мест, возрождению промыслов.

На Гомельщине многие усадьбы являлись культурными и экономическими образованиями, которые соответствовали общеевропейским традициям и сохраняли национальные особенности. Усадьбами владели такие известные роды, так Оскерки, Халеции, Дерналовичи, Хмыжовские, Юдицкие, Еленские, Кеневичи и др. На современном этапе сохранилось около 30 усадеб, но большинство из них требуют проведения реставрационных работ.

С целью развития усадебного туризма в Гомельской области нами разработан туристический проект «Старинные усадебные комплексы Гомельской области», в который включены три экскурсионно-познавательных маршрута: «Старинные усадебные комплексы Гомельского Полесья», «Старинные усадебные комплексы северных районов Гомельской области» и «Старинные усадебные комплексы Гомельского Посожья».

Для популяризации усадебного туризма Гомельской области в рамках предложенного проекта создан электронный ресурс «Старинные усадебные комплексы Гомельской области», который включает в себя характеристики всех усадеб региона, картографические материалы и фотопрезентации по маршрутам, информационные ресурсы (буклеты, технологические карты и др.). Ресурс имеет открытый доступ по ссылке: <https://tourproject.wixsite.com/manor>.

Проект «Старинные парки Гомельской области». Старинные парки являются свидетелями исторических событий определенной эпохи благодаря сохранившимся архитектурным сооружениям, памятным валунам, вековым деревьям. Выполняя образовательную, рекреационную, санитарно-гигиеническую, экологическую и ряд других важных задач, они повышают также туристическую привлекательность регионов. К сожалению, за последние годы в Республике Беларусь происходит резкое сокращение исторических парков. Из существовавших в свое время тысячи объектов данной категории перспективных к восстановлению осталось около 300.

Тема исследования является актуальной, так как в регионе большинство сохранившихся фрагментов старинных парков остаются заброшенными, постепенно исчезают. С ними уходит память об историческом прошлом этих территорий. В настоящее время внимания требуют экзотические и редкие виды растений, завезенные столетия назад владельцами усадеб для озеленения своих имений из других стран. Еще есть шанс провести инвентаризацию этих растений и благоустроить места их произрастания. Эталонном и примером использования является Гомельский дворцово-парковый ансамбль.

На территории Гомельской области сохранились элементы парков, созданных преимущественно в XIX веке. Пространственно они занимали площади 13 современных административных районов центральной и восточной части региона.

Нами создан информационный буклет «Путеводитель по старинным паркам Гомельской области», электронный ресурс (сайт) «Старинные усадьбы и парки Гомельской области». Информация о каждом парке помещена в электронную базу, созданную с помощью программы AcwView. На основании данных о времени образования, сохранности объектов, их использовании, произрастающих растениях, в том числе экзотах, а также транспортной доступности проведена сравнительная оценка старинных парков. Это позволит обосновать выбор объектов туристического показа в рамках разработанного проекта.

В проект «Старинные парки Гомельской области» включены три маршрута, которые отличаются как пространственным расположением, так и стилистическим оформлением: «Жемчужины садово-паркового искусства Гомельской области», «Старинные приусадебные парки Горватов», «Садово-парковое наследие междуречья Припяти и Днепра» [3].

Предложенный проект паркового туризма – новое направление в развитии внутреннего туризма Гомельской области. Отдельные объекты, включенные в маршруты, частично задействованы в туристической индустрии, при этом комплексного осмотра садово-паркового искусства ранее не предлагалось. Развитие данного направления, несомненно, будет способствовать восстановлению парков и поддержанию их неповторимого исторического и биологического колорита. Старинные парки являются национальным достоянием, и наша задача их сохранить для будущих поколений.

Проект «Путешествие в страну народного искусства, сокровищ родного края». В последнее время в мире усиливается интерес к народному творчеству, которое отражает связь искусства с жизнью народа. Народные промыслы становятся интересными не только местным жителям, но и иностранным туристам, что дает основание утверждать о возможности развития ремесленного туризма на территории Гомельской области как одного из видов культурного туризма. Этот вид деятельности не только станет объектом привлечения туристов, но и будет способствовать возрождению и сохранению многовековых традиций наших предков.

Актуальность ремесленного туризма связана прежде всего с необходимостью формирования и дальнейшего развития уникального и многообразного представления о нашей Родине, как в местном культурном пространстве, так и за его пределами. В настоящее время на туристическом рынке недостаточно информации о возможных объектах ремесленного туризма.

Более 2 тысяч народных умельцев занимаются ремесленной деятельностью в Гомельской области. Однако народные ремесла преимущественно возрождаются в специализированных центрах ремесел. В регионе находят развитие такие виды творчества, как деревянная

резьба, вышивка, ткачество, папье-маше, скань, бондарство, создание картин из бересты, лозо- и соломоплетение. В настоящее время на территории области функционируют 17 центров ремесел, многочисленные кружки и студии при городских, районных и сельских Домах культуры. Одиннадцать домов ремесел расположены в районных и областном центрах, остальные – в сельских населенных пунктах, которые являются носителями народной культуры и самобытности. В географическом плане центры представлены в 17 районах Гомельской области.

Нами создан путеводитель по всем указанным центрам, который включает краткую информацию об их деятельности, проводимых мероприятиях, адреса и координаты. Эта разработка создана с целью популяризации ремесленных центров и вовлечения их в туристическую деятельность. Каждый из центров может стать центром туризма районного, областного или республиканского уровня и быть включенным в разработанные проекты и маршруты.

Центры отличаются видами ремесел, оказываемыми услугами и проводимыми культурными мероприятиями. В области возродили более 23 видов народных ремесел, самыми популярными из них являются соломоплетение и аппликация соломкой (14 центров), вышивка (10 центров), резьба по дереву (7 центров), ткачество (6 центров), бисероплетение и бисеронизание (6 центров).

В перспективе наиболее востребованными в туристической деятельности могут стать центры, расположенные на расстоянии менее 50–60 км от областного центра: Добрушский районный центр ремесел, Речицкий центр ремесел, Губичский дом ремесел, Центр ремесел Гомельского района.

Привлекательными также являются центры, в которых занимаются редкими и уникальными видами ремесел, по старинным традициям, сохранившимся в регионе: работа с берестой в Добрушском районном центре ремесел, бондарство в Лельчицком районном доме ремесел, маляванка в Речицком центре ремесел.

В центрах ремесел помимо занятий творчеством ведется большая выставочная и фестивальная работа. Данные мероприятия рационально использовать в событийном туризме Гомельской области.

Результаты проведенного социологического опроса показали интерес к центрам ткачества как объектам туристического маршрута, что дает основание внедрить данный проект в работу туристической фирмы.

Нами разработан туристический маршрут «Путешествие в страну народного искусства, сокровищ родного края» по трем центрам ткачества Гомельской области: аг. Неглюбка Ветковского района, д. Новая Гусевица Буда-Кошелевского района, д. Бабичи Чечерского района. Каждый из указанных центров можно посетить в рамках отдельных туристических маршрутов, мы предлагаем более насыщенную однодневную программу по маршруту длиной 210 км.

Разработаны и реализованы также проекты по паркам г. Гомеля, центрам гастрономического туризма – «вкусным столицам» и др. В настоящий момент ведется работа по созданию серии маршрутов промышленного туризма Гомельской области.

Эко-хакатон «Зеленая долина». В 2021 г. студенты факультета приняли участие в стартап-проекте по созданию программных продуктов в области туризма и охраны окружающей среды. Совместно с факультетами физики и информационных технологий, математики и технологий программирования при поддержке IBA Gomel Park были разработаны мобильные приложения «Эко-туристические маршруты заказчика республиканского значения «Выдрица», «Цифровой геологический музей» и «Объекты экотуризма Гомельской области». Все три продукта уже нашли применение на практике.

Проектная деятельность туристической направленности продолжается в настоящий момент. Разработки подобного рода находят практическое применение в работе туристических фирм, образовательных учреждений. Представленные маршруты прошли апробацию студентами, учащимися и сотрудниками наших учреждений.

Список использованных источников

1. Флерко, Т. Г. Туристический проект «Православное деревянное зодчество Гомельской области» / Т. Г. Флерко, Н. И. Лямцева // Колпинские чтения по краеведению и туризму / Материалы межрегиональной (с международным участием) научно-практической конференции, 26 марта 2019 года / Отв. ред.: С. И. Махов, Н. Е. Самсонова, Д. А. Субетто, В. Д. Сухоруков. Научный редактор А. А. Соколова. В 2-х частях. Часть II. – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена; ЛОИРО, 2019. – С. 168–172.
2. Кухаренко, Д. Г. Старинные усадебно-парковые комплексы Гомельской области / Д. Г. Кухаренко, Н. И. Лямцева, Т. Г. Флерко ; под ред. Н. И. Лямцевой. – Гомель : Редакция газеты «Гомельская праўда», 2020. – 50 с.
3. Флерко, Т. Г. Туристический проект «Старинные парки Гомельской области» / Т. Г., Флерко, Н. И. Лямцева // Колпинские чтения по краеведению и туризму. Материалы межрегиональной (с международным участием) научно-практической конференции, 26 марта 2020 г : в 2 ч. / Отв. ред.: Н. Е. Самсонова, С. И. Махов, Д. А. Субетто, В. Д. Сухоруков. В 2 частях. Часть II. – СПб. : ЛОИРО, 2020. – С. 159–164.

Хотянович Н. А.,

заместитель директора по научно-исследовательской деятельности
государственного учреждения «Лидский историко-художественный музей»

ПРИМЕНЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ КОЛЛЕКЦИИ «ФИЛОКАРТΙΑ» В ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Коллекция «Филокартия» является неотъемлемой частью музейного собрания государственного учреждения «Лидский историко-художественный музей». Коллекция включает более 1300 музейных предметов основного фонда.

Исследователи, изучающие открытку, отмечали ее огромный информационный потенциал. Известный филокартист Э. Б. Файнштейн указывал, что открытка является «бесспорным документом эпохи». «Некоторые архитектурные сооружения, здания, связанные с памятными событиями, запечатлены лишь на открытках. Различные исторические события – все это очень часто изображено на открытках, а порой только на них» [5].

В настоящее время все больше внимания уделяется научно-исследовательской деятельности по изучению почтовых открыток, хранящихся в фондах музея. Они обладают уникальной возможностью объединить различные направления исследовательской работы: краеведение, искусствоведение, культурологию, издательское дело, литературоведение и др. Открытки зачастую становятся главными экспонатами на различных выставках, помогают раскрывать определенную тему или исторический период.

Коллекция «Филокартия» в Лидском историко-художественном музее начала формироваться с 1960 г. с почтовой карточки, на которой изображена пожарная команда города Лиды в первой половине XX века (рис. 1).

В состав коллекции входят открытки на разную тематику (поздравительные, этнографические, художественные, персональные, религиозные и др.). Основу коллекции составляют музейные предметы, связанные с историей города Лиды (открытки с изображением городских зданий и сооружений, улиц и площадей, карточки, прошедшие почту в Лиде, открытки, адресованные личанам, открытки, отражающие юбилейные даты и исторические события в регионе и др.).

Наиболее ценными музейными предметами в коллекции являются открытки с видами города Лиды первой половины XX века [1].



Рис. 1 – Открытка. Лида. Пожарная охрана. 1930-е гг.

В 2019 г. в фондовое собрание Лидского историко-художественного музея поступила коллекция открыток с изображениями города Лиды первой половины XX века. Предметы были приобретены у местного коллекционера в количестве 230 единиц.

Благодаря этой коллекции у научных сотрудников музея появилась возможность более детально изучить архитектурный облик города, который изменился вследствие разрушений во время Великой Отечественной войны.

В настоящее время тема «Городская открытка» выделена из коллекции «Филокартия» и стала самостоятельным тематическим разделом комплектования.

В данном разделе коллекции можно обозначить несколько основных периодов:

- начало XX века (город Лида в составе Российской империи);
- 1915–1918 гг. (город Лида в период германской оккупации во время Первой мировой войны);
- 1921–1939 гг. (город Лида в составе Польши);
- вторая половина XX века (единичные экземпляры);
- издания XXI века.

Открытки, изданные во времена Российской империи и межвоенной Польши, встречаются нечасто. Наибольшее количество Лидских карточек выпускалось в период Первой мировой войны, после оккупации города немецкими войсками. Они предназначались для того, чтобы немецкий солдат мог отправить весточку домой и показать те места, где он сейчас находится (рис. 2).

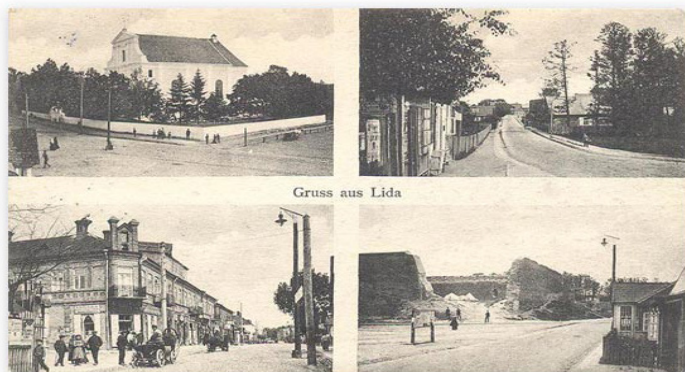


Рис. 2 – Открытка. Привет из Лиды. 1916 г.

Большое внимание на открытках уделяется изображению значимых для города архитектурных объектов (вокзал, собор, костел, синагога, учебные заведения, административные и торговые здания, площади, Лидский замок). На многих карточках запечатлены жители города, торговцы, военнослужащие.

При детальном рассмотрении некоторых открыток можно увидеть неожиданные сюжеты. Например, на почтовой открытке с изображением Лидского замка видно, что во дворе крепости пасутся свиньи (рис. 3).



Рис. 3 – Открытка. Лида. Развалины замка князя Гедимины

Здание синагоги (разрушено во время Великой Отечественной войны) было одним из самых эффектных в городе. Открытки с видами железнодорожного вокзала и культовых сооружений самые массовые по сюжетам и наиболее встречающиеся в музейных и частных коллекциях.

В краеведческой деятельности видовые открытки применяются очень широко.

Так, на основании собрания почтовых карточек до 1939 года, старшим научным сотрудником музея Сливкиным В. В. подготовлены аналитические исследования по различным краеведческим направлениям [8]. Это история Лидского замка и Северного городка, история улиц (рис. 4) и площадей города, культовых сооружений, учебных заведений и др.



Рис. 4 – Открытка. Лида. Каменская улица

Материалы исследований активно используются научными сотрудниками и экскурсоводами в своей деятельности, в том числе для формирования «портфеля экскурсовода». Именно старые открытки с изображением города являются постоянным спутником экскурсовода и помогают сделать любое путешествие в прошлое более увлекательным и полезным.

Открытки дополняют многие музейные проекты, такие как музейный праздник «Новый год, музейно-образный зал „Хрущевка 60-х“», тематические фотозоны, подготовленные к городским праздникам. В интерактивных блоках на музейно-педагогических занятиях и квестах активно используется открытка как элемент игры: найти недостающие элементы, сложить пазл, составить поздравление, создать свою открытку.

На основании коллекции открыток подготовлены выставки по разным темам: «Лида в годы забытой войны», выставка-ретроспекция «Обратная сторона открытки. Мир! Труд! Май!», выставке вне музея «Есть в марте день особый», выставка-воспоминание «День Великого Октября в периодической печати и ретро-открытках».

К Международному дню памятников и исторических мест разработан цикл видеопрезентаций с использованием открыток «Наследие Лидчины. Из XX в XXI». Первая часть посвящена Лидскому замку, вторая – Фарному костелу.

Открытки с видами Лидского замка дополняют экспозицию, размещенную в юго-западной башне. Благодаря изображениям первой половины XX века посетитель может проследить путь восстановления памятника архитектуры, оценить весь масштаб утраченного культурного наследия.

На основании раздела «Городская открытка», почтовых карточек, размещенных в сети Интернет, открыток из частных коллекций изданы книги, отражающие особенности региональной культуры. Это издания В. Лиходедова [4], Л. Лавреша [2], И. Пешехонова-Мицкевича [3], В. Сливкина [6, 7].

Научные сотрудники Лидского музея используют открытки не только в краеведческой деятельности, но и в культурно-просветительской, научно-исследовательской, экспозиционно-выставочной работе.

Необходимо отметить, что открытка с точки зрения краеведения, искусства и истории имеет огромный потенциал для изучения. Использование ее в музейной деятельности набирает обороты и нуждается в корректировке и развитии. Открытки являются источником информации по различным направлениям. И через столетия современные открытки будут так же востребованы исследователями, как сегодня почтовые карточки XX века.

Список использованных источников

1. ГУ «Лидский историко-художественный музей» (ЛИХМ) – КП 16125 – КП 16636.
2. Лаўрэш, Л. Л. Ліда ўчора і сёння: гісторыя горада ў выявах / Леанід Лаўрэш. – Ліда : Лідская друкарня, 2013. – 152 с.
3. Лідскі край [Выяўленчы матэрыял] / [складанне і фота І. М. Пешахонава-Міцкевіча. – Мінск : Беларусь, 2010. – 219 с.
4. Ліхадзедаў, У. А. Ліда. Падарожжа ў часе [Выяўленчы матэрыял] / У. Ліхадзедаў. – Мінск : Альфа-кніга, 2020. – 223 с.
5. Самбур, М. В. Почтовая открытка как источник информации по истории и культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pochtovaya-otkrytka-kak-istochnik-informatsii-po-istorii-i-kulture>. – Дата доступа: 30.07.2022.

6. Сливкин В. История Лидского замка в фотографиях / В. Сливкин. – Лида, 2022.
7. Сливкин, В. История Рыночной площади г. Лиды в фотографиях / В. Сливкин, Н. Сливкина. – Лида, 2022.
8. Сливкин В. Улица Каменская – Гродненская (Grodnoer Strabe) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lida.info/ulica-kamenskaya-grodnenskaya-grodnoer-strabe/>. – Дата доступа: 4.05.2020.

Научное издание

**МАТЕРИАЛЫ II МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ:
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
И РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ»**

Доклады публикуются в авторской редакции

Подписано в печать 20.09.2022. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 26,9. Уч.-изд. л. 25,1.

Тираж 120 экз. Заказ 22416.

Издатель и полиграфическое исполнение:

общество с ограниченной ответственностью «Колорград».

Свидетельство о государственной регистрации

издателя, изготовителя, распространителя печатных

изданий № 1/471 от 28.07.2015.

Пер. Велосипедный, 5-904, 220033, Минск

+375 17 361 91 40

post@segment.by

segment.by