

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Д.В. Жарин

Белорусский государственный университет
Центр проблем развития образования, dima09@tut.by

Республика Беларусь находится в центре Европы и является транзитной страной. В древности здесь проходил так называемый путь «Из варяг в греки», велась активная торговля с Ганзейским союзом, в Полоцке, Витебске, Ковно и Вильни находились поселения немецких купцов. Хорошо известно, что Великое княжество Литовское являлось полиэтническим государством, в котором развивались и сосуществовали разные культурные традиции и религии. Возможно, исторически так сложилось, что белорусы обладают особым менталитетом. Находясь на перекрестке путей с запада на восток и с севера на юг, пережившие много войн, привыкшие к общению с разными народами, белорусы развили в себе толерантность – терпимость к другим культурам и понимание того, что с соседями нужно жить в мире и дружбе.

Толерантность и гостеприимство, доброжелательность и готовность помочь – вот отличительные черты характера белорусов, которые сразу отмечают туристы из разных стран. Имея такой прекрасный человеческий потенциал, а также уникальные объекты природного и историко-культурного наследия, в Республике Беларусь может быть реализован ряд историко-культурных проектов, направленных на возрождение культурных и исторических традиций, а вместе с тем и на развитие регионального туризма.

Для Республики Беларусь тема развития регионального туризма стала актуальной с начала XXI века. Успехи соседних стран в развитии туризма, в первую очередь Польши и Литвы показали, какой импульс въездной туризм может придать экономике страны и регионам. В Беларуси начало уделяться внимание въездному туризму, так как поступления от него могут существенно пополнить бюджет страны, способствовать созданию новых рабочих мест внутри республики.

Над привлечением иностранного туриста в Республику Беларусь еще необходимо серьезно работать. Однако, уже на данном этапе, очевидно, что развитие въездного туризма позволит регионам заработать дополнительные финансовые средства.

Создание современной инфраструктуры, развитие придорожного сервиса, обеспечение благоприятных визовых условий для зарубежных гостей – вещи для туризма уже давно ставшие аксио-

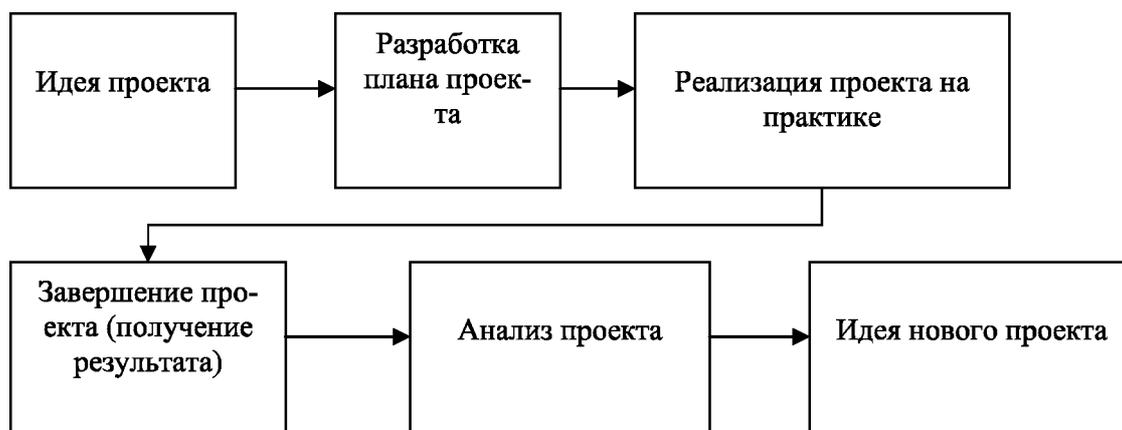
мой. А вот вопрос, чем привлечь иностранного туриста именно в Беларусь, до сих пор вызывает дискуссии. В Беларуси нет теплого моря и высоких гор, больших песчаных пляжей и пальм, но у Республики Беларусь есть другие не менее уникальные природные ресурсы, а также богатое историко-культурное наследие, которое, не смотря на все войны и потрясения, сохранилось до наших дней. Наследие народной культуры, как материальной, так и нематериальной можно с успехом применить на практике для привлечения туристов.

В развитии регионального туризма видится возможность формирования принципиально новой для Беларуси технологии предоставления туристских услуг на основе междисциплинарного синтеза знаний из разных отраслей науки, и, прежде всего истории, географии, этнографии, археологии, культурологии, теории управления. На первый план здесь выходит историко-культурный проект как форма создания туристского продукта.

Историко-культурный проект – это проект, реализуемый в сфере историко-культурного наследия какой-либо страны, ограниченный во времени, имеющий конкретную достижимую цель и предполагающий создание определенного продукта. Характерной особенностью историко-культурного проекта является то, что он тесно связан со знанием истории родного края, и может быть использован для развития регионального туризма.

Историко-культурный проект может быть некоммерческим проектом, основанным на энтузиазме участников, не приносящий им прибыли, но выполняющий какие-либо общественно значимые функции (например, воспитание у молодого поколения уважения к истории своей страны). Историко-культурный проект также вполне может быть коммерческим проектом, приносящим после его завершения прибыль, как инвесторам, так и участникам проекта. Все будет зависеть от того, кто и с какой целью инициирует данный проект, и кто выступает его спонсором.

Любой проект, в том числе и историко-культурный, имеет свой цикл жизни и проходит определенные стадии. В целом цикл жизни проекта выглядит следующим образом:



Идея проекта может возникнуть спонтанно у одного человека, а может быть специально разработана группой единомышленников по различным методикам, в том числе и при использовании так называемого «мозгового штурма». [5, С.13] Рождение идей здесь происходит целенаправленно. Каждый из участников пишет на карточке свою идею. Затем карточки собираются и вывешиваются на доске, чтобы каждый видел идеи других. После этого происходит обсуждение предложенных идей, их тематическая классификация. Как правило, у участников в это время возникают новые идеи. На этапе отбора проводится оценка возможности реализации идей на практике, оценивается степень их сложности. После того, как идея принята, начинается разработка плана проекта. Не лишним будет пригласить экспертов со стороны, представителей органов местной власти, чтобы в расширенном составе еще раз обсудить возможные пути реализации проекта.

Идеи историко-культурного проекта могут быть различными как по масштабу, так и по содержанию. Например: проект охраны исторической застройки центральной части города, проект восстановления старинной помещичьей усадьбы, проект, приуроченный к какой-либо знаменательной исторической дате, юбилею города, юбилею выдающегося земляка, реконструкция какого-либо исторического события, проект возрождения древних ремесел, изучение и воспроизведение на-

родных песен, обрядов, традиций и праздников. Это может быть создание туристских маршрутов на основе древних путей викингов и ганзейских купцов, постройка древнего судна и дальнейшее его использование для экскурсий по рекам Беларуси, создание музея истории пивоварения, проведение международного археологического лагеря и т.п.

Для реализации историко-культурного проекта нужна проектная команда (группа), т.е. специалисты, работающие непосредственно в проекте и заинтересованные в успешном его завершении. Здесь большое значение имеет профессионализм участников проектной команды, а также их мотивация. Очень многое зависит и от руководства проекта. Менеджер проекта должен иметь хорошую специальную (по профилю проекта) подготовку, современное экономическое мышление, высокие деловые качества, уметь взаимодействовать с людьми. [2, С.43] Ведь именно менеджер проекта набирает проектную команду, принимает ключевые решения по ходу реализации проекта, взаимодействует с органами региональной и местной власти, несет ответственность за эффективность работы. Менеджер историко-культурного проекта кроме всего прочего должен обладать широкими историческими знаниями, знаниями в области туризма, обладать процессным мышлением, уметь применять на практике системный подход.

При проведении историко-культурного проекта должны учитываться особенности регионов, в которых он реализуется. Республика Беларусь насчитывает 27 туристских зон – территориальных единиц, обладающих туристскими ресурсами и имеющими орган оперативного управления развитием туризма в ее пределах. [3, С.282] Сделано это для более эффективного развития туризма на местах. Такое деление учитывает особенности более мелких территориальных единиц, и строится по административно-управленческому принципу, например, Чечерская, Бобруйская и другие туристские зоны.

Исходя же из исторического и культурного развития, на территории Беларуси в XVIII – начале XX века можно было выделить 6 историко-этнографических (культурных) регионов: Поозерье (Подвинье), Поднепровье, Центральная Беларусь, Понеманье, Восточное и Западное Полесье. Историко-этнографические (культурные) регионы – это территории, которые выделяются на определенном этническом пространстве по комплексу этнокультурных признаков: особенностей этнической истории, характера расселения, хозяйственных занятий и орудий труда, народной архитектуры, декоративно-прикладного искусства, традиционной одежды, фольклора, местных диалектов и других. [1, С.224]

Для разработки и реализации историко-культурного проекта было бы целесообразно использовать подобное разделение на культурные регионы и в наше время, так как оно позволяет определить характерные особенности каждого из этих регионов, а также степень его полезности для каждого определенного вида туризма. На основании данного деления можно разработать и реализовать историко-культурный проект в каком-либо из регионов, принимая во внимание специфику его исторического развития.

В региональном плане территория Беларуси также неоднородна по распределению туристских ресурсов и, в частности, объектов историко-культурного наследия. Это связано с историческими условиями формирования и развития белорусской нации, а также процессами, происходившими в XX веке на территории Беларуси (Первая мировая война, коллективизация, индустриализация, Великая Отечественная война, авария на Чернобыльской АЭС и др.).

Очевидно, что не все объекты историко-культурного наследия Республики Беларусь в равной степени являются задействованными в туристской отрасли, это также необходимо учитывать при разработке и реализации историко-культурного проекта. Например, если Мирский и Несвижский замки посещает гораздо больше туристов, чем Любчанский и Кревский, то было бы логично разработать проект, связанный с привлечением туристов именно в Любчу и Крево.

Историко-культурный проект представляет широкие возможности для творчества проектной группе. Создание рыцарского клуба, реконструкция обряда (например, свадебного), празднование народных праздников – все это способствует развитию познавательного и событийного туризма. Событийный туризм – это туризм, связанный с посещением мероприятий – важнейших событий в мире спорта, культуры и искусства. [4, С.589]

Туристы приезжают насладиться не только белорусской природой и посмотреть на архитектурные достопримечательности, но и посетить какое-либо мероприятие (событие): инсценировку рыцарского сражения, концерт средневековой музыки. Из пассивного потребителя туристской услуги, турист на таких представлениях зачастую может стать непосредственным участником мероприятия и лично приобщиться к истории и культуре белорусского народа. Например, в этнографической деревне он может вместе с другими петь песни и водить хоровод, сам вылепить глиняный

кувшин, или выковать на счастье подкову в «городе мастеров». В рыцарском стане турист может пострелять из лука или арбалета, проехаться верхом на коне. На «белорусском кирмаше» турист может поучаствовать в забавных конкурсах, и получить за это приз. Такому интерактивному взаимодействию туристов и работников, оказывающих туристскую услугу на местах, пока уделяется недостаточно внимания. Многое здесь зависит от кадровой политики конкретной туристской организации, ответственной за проведение подобных мероприятий или иницилирующих историко-культурный проект.

Историко-культурный проект может быть не только чисто белорусским, но и совместным, что положительно отразится на его результате. Например, Беларусь и Франция планируют в 2012 году реализовать историко-культурный проект, посвященный 200-летию переправы армии Наполеона через реку Березину. Успешная его реализация позволит привлечь в Беларусь иностранных, в первую очередь, французских туристов.

Польза от реализации историко-культурного проекта для развития регионального туризма очевидна. Работой будут обеспечены специалисты проектной команды (группы) – историки, культурологи, краеведы, экономисты, менеджеры, переводчики и др. Любая проектная команда, так или иначе, будет взаимодействовать с органами региональной и местной власти, привлекать для успешной реализации проекта местных жителей. Местное население, таким образом, сможет найти для себя дополнительный источник дохода, связанный с историко-культурным проектом и развитием регионального туризма.

Реализация историко-культурных проектов позволит придать импульс развитию таких видов туризма, как познавательный и событийный туризм. Во многих регионах Республики Беларусь данные виды туризма смогут гармонично дополнять охотничий, экологический, спортивный и иные виды туризма. Проведение историко-культурных проектов заметно оживит приток зарубежных туристов в Беларусь, и будет способствовать созданию положительного имиджа республики на международной арене.

Литература:

1. Беларусь: Энцыклапедычны даведнік / Беларус. Энцыкл.; Рэд. калегія: Б.І.Сачанка (гал. рэд.) і інш. – Мінск: БелЭн, 1995. – 800с.
2. Гейзлер П.С., Завьялова О.В. Управление проектами: Практич. пособие / П.С. Гейзлер, О.В. Завьялова; Под ред. П.С. Гейзлера. – Минск: Книжный Дом: Мисанта, 2005. – 288с.
3. Республика Беларусь: энциклопедия: В 6 т. Т.7 / Редкол.: Г.П. Пашков и др. – Минск: Беларус. Энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008. – 744с.
4. Туристские регионы Беларуси / редкол.: Г.П.Пашков [и др.]; под общ. ред. И.И. Пирожника – Минск: Беларус. Энцыкл. імя П.Броўкі, 2008. – 608с.
5. Projektmanagement leicht gemacht für Jugendgruppen, -projekte und -aktionen. Berlin: mediaprint, 2008. – 108 S.