

# ИСТОРИКО–КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.48

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ В КАЧЕСТВЕ ОБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИНТЕРЕСА

**Т.А. ХВАГИНА**

*Полесский государственный университет,  
г. Пинск, Республика Беларусь*

Для каждой страны памятники истории и культуры – это не только национальное достояние, предмет гордости, но и важный туристический ресурс. Многие памятники архитектуры, культовые сооружения, мемориальные усадьбы, исторические здания и кварталы являются объектами туристического интереса. В последнее время туристический потенциал Беларуси возрос во много раз за счет реставрации памятников истории и культуры, возрождения старинных усадеб, создания интересных музейных экспозиций, открытия новых музейных и мемориальных комплексов. Об этом 25-30 лет назад специалисты в сфере туризма могли только мечтать, так как в советский период при разработке экскурсий и путешествий по разным причинам (состояние памятников, либо их отсутствие, идеологические установки) приходилось использовать достаточно ограниченные ресурсы историко-культурного наследия.

Въездной туризм в БССР из союзных республик в 1970-80-е гг. держался на военно-исторической тематике, связанной с событиями периода Великой Отечественной войны, а ключевыми объектами, в направлении которых формировались туристические потоки, были мемориальные комплексы и памятники «Брестская крепость», «Хатынь», Курган Славы, Музей Великой Отечественной войны в Минске. Памятники, памятные места и музеи, расположенные в регионах были востребованы только в комплексе с основными объектами.

Независимо от местоположения того или иного бюро путешествий и экскурсий программы приема были схожи, местный (локальный) туристический потенциал наращивался не в направлении историко-культурного наследия, а в основном за счет туристской инфраструктуры. Экскурсионная тематика формально была широкой и разнообразной, но на деле многие экскурсии на исторические, литературные, архитектурно-градостроительные темы не обладали яркими объектами показа – тем видеорядом, который делает экскурсию или путешествие незабываемым и привлекательным.

Чтобы представить положение дел периода 1960-1980-х гг., нужно исключить из современного туристического потенциала все белорусские замки, из которых в то время только Несвижский замок не находился в состоянии руины, а использовался в качестве санаторного учреждения, все мемориальные усадьбы – «Заосье» Адама Мицкевича, «Меречевщину» Тадеуша Костюшко, «Скоки» Юлиана Урсына Немцевича, «Залесье» Михаила Клеофаса Огинского и т.д., а также современные этнографические комплексы и музеи, такие как музейный комплекс старинных ремесел «Дудutki», агротуристический комплекс «Коробчицы», Мотольский музей народного творчества, музей «Бездежский фартушок».

Сравнительный анализ ресурсов и эффективности их использования туристической отраслью в советский период и на современном этапе дает нам удивительный феномен: при крайне ограниченном ресурсе памятников и музеев наша республика, причем не только центр, но и регионы, была наполнена мощными турпотоками, а посещаемость не только брендовых объектов, но и рядовых региональных белорусских музеев и памятников была чрезвычайно высокой. Сегодня, когда туристический потенциал Беларуси возрос во много раз, а государство затрачивает значительные средства на реставрацию памятников истории и культуры, далеко не все объекты (музеи, мемориальные усадьбы и т.п.) востребованы туристической сферой. Основные турпотоки нацелены на ограниченное наиболее популярных объектов, таких как Брестская крепость, Беловежская пуща, Несвижский и Мирский замки, историко-культурный комплекс «Линия Сталина». Повышенный спрос на посещение отдельных достопримечательностей основан на их уникальности, госу-

дарственной поддержке, активной рекламе, а также на традициях, сформировавшихся еще в советский период.

Музеи и памятники как объекты туристического интереса сегодня оказались в условиях жесткой конкуренции между собой. Популярность памятников истории и культуры зависит от большого числа факторов: сохранности, уникальности, аттрактивности, местоположения, доступности памятников (наличия удобных коммуникаций, близости к крупным туристским центрам), пропускной способности, наличия инфраструктуры, наличия квалифицированных кадров. Важную роль в популяризации объектов играет дифференцированный подход к различным категориям туристов и экскурсантов, т.е. разработка и использование специальных экскурсий и программ, адресованных детской, подростковой, юношеской и молодежной аудитории, иностранным туристам из ближнего и дальнего зарубежья.

Особое значение для сохранения и эффективного использования памятников истории и культуры имеет степень их интеграции в экскурсионные и туристические маршруты. Таким образом, развитость и специализация белорусского туризма во многом определяет посещаемость, т.е. эффективность использования памятников истории и культуры в качестве объектов туристического интереса. Министерство культуры Республики Беларусь нередко упрекает турбизнес, считая, что доля туристов в общем объеме посетителей музеев и мемориальных комплексов крайне мала. В основе этого заключения лежит не вполне объективная информация, т.к. в музейных учреждениях система учета туристов несовершенна, и из общего числа туристов, как правило, учитываются только те группы, которые прибыли по заявкам турпредприятий и оплачены по безналичному расчету, а туристы, которые рассчитываются наличными за билеты и экскурсионные услуги, не учитываются и не выделяются из категории обычных посетителей.

Однако проблема не только в необъективности статистики. Она намного глубже, чем кажется на первый взгляд, ведь современная туристическая отрасль имеет крайне мало общего с советским туризмом, который носил социальный (дотационный) характер, развивался планомерно и был массовым. Не следует забывать и о том, что в то время существовал «железный занавес». Интерес граждан, желающих посетить зарубежные страны, искусственно сдерживался, а интерес к маршрутам внутреннего туризма подпитывался многими факторами: советской идеологией и пропагандой, отлаженной системой культурно-массовой работы в трудовых коллективах, а также дефицитом различных товаров, приобретение которых было не только сопутствующей, но в ряде случаев, основной целью многих советских туристов.

В 1960-1980-е гг. в СССР была выстроена четкая система, в рамках которой туристическая деятельность была разделена между ВЦСПС в лице Центрального совета по туризму и экскурсиям, Государственным комитетом СССР по иностранному туризму «Интурист» и Бюро международного молодежного туризма «Спутник». В отдельных ведомствах и отраслях, например в Министерстве обороны, тоже была создана туристская инфраструктура и осуществлялась туристическая деятельность, однако она затрагивала незначительный сегмент условного туристического рынка. Субъектов туристической деятельности было немного, зато вся их работа была четко регламентирована, а между спросом и предложением был достигнут устойчивый баланс. Вот поэтому даже небольшой региональный краеведческий музей в райцентре или поселке, где была гостиница для размещения туристов, как правило, включался в экскурсионные программы. Вместо проблемы посещаемости объектов историко-культурного наследия существовала проблема их аттрактивности, пропускной способности, а также отсутствия достаточного количества привлекательных с точки зрения туризма объектов.

С распадом Советского Союза характер туризма в постсоветских республиках, в том числе и в Беларуси, кардинально изменился. Число субъектов турбизнеса значительно возросло. В 2014 году в Беларуси зафиксировано 1254 организации, осуществлявших туристическую деятельность. При этом предприятия государственной формы собственности составили всего 11,72% от общего числа субъектов турбизнеса [1, с. 31]. Для частного капитала при выборе направлений работы определяющим всегда будет получение прибыли, поэтому вполне естественным является переключение белорусского туризма на выездной туризм, который пользуется устойчивой популярностью на рынке туруслуг. Небольшие региональные турфирмы в 1990-е гг. наряду с отправкой местного населения на летний отдых, организацией шоп-туров и паломнических туров пробовали развивать познавательный (экскурсионный) туризм, работая со школами и учебными заведениями регионов, но постепенно отошли от этого. Сегодня они в большинстве своем поменяли профиль деятельности и переключились на работу по агентским соглашениям с крупными белорусскими и зарубежными туроператорами. Практика показала, что это намного выгоднее, чем создавать и продвигать

собственный турпродукт. Турпредприятия «эгоистичны» в той мере, в какой «эгоистичен» любой бизнес. Право каждого предприятия заниматься производством и реализацией того, что уже пользуется спросом на рынке. На современном этапе у субъектов турбизнеса нет стимулов, чтобы вкладывать средства в создание и продвижение на рынке той услуги, спрос на которую еще нужно формировать.

Проблема устойчивости спроса на экскурсионный и познавательный туризм – это проблема не одной туристической отрасли. Она находится на стыке компетенций многих ведомств: министерства культуры, министерства спорта и туризма, министерства образования, министерства информации и др., и может быть решена только на государственном уровне при поддержке и понимании со стороны всего общества. Следует отметить, что определенные усилия по развитию въездного туризма предпринимаются. Это создание привлекательных конкурентоспособных объектов туристического интереса, таких как Несвижский и Мирский замки; наращивание и улучшение качества инфраструктуры; проведение в Беларуси ярких событийных мероприятий (Чемпионат мира по хоккею, международный фестиваль «Славянский базар» и т.п.). В 2013 году в Беларусь въехало 136821 организованных туристов.

И все же по сравнению с другими европейскими странами въездной туризм в Беларуси развит незначительно. Число организованных туристов, посетивших Беларусь в 2011 году, было в 15 раз меньше по сравнению с Литвой, в 36 раз меньше по сравнению с Финляндией, в 88 раз меньше по сравнению с Венгрией [1, с. 101, 103]. В 2014 году, несмотря на проходивший в Минске Чемпионат мира по хоккею, прирост организованных туристов составил всего 0,5 % (за год в Беларуси побывало 137444 организованных туристов). Субъектов въездного туризма крайне мало, на данном виде туризма в 2014 году специализировалось 81 предприятие (6,45%). Вместе с многопрофильными предприятиями, которые занимаются приемом, отправкой и внутренним туризмом, число субъектов въездного туризма составило 302 единицы (24 % от общего количества турпредприятий Беларуси). Это связано с затратностью приема (реклама, участие в международных ярмарках, разработка турпродукта, большие риски и т.п.) и рядом других проблем, поэтому фирмам, особенно небольшим, гораздо выгоднее турагентская деятельность.

Следует учитывать, что въездной туризм требует наличия специалистов высокого уровня: разработчиков экскурсий, маршрутов и программ обслуживания; специалистов по подготовке кадров, владеющих спецификой въездного туризма, квалифицированных экскурсоводов и гидов-переводчиков. Наиболее успешно «языковая проблема» решается в Минске и частично в областных центрах, а региональный турбизнес не в состоянии создать рабочие места для данных специалистов. Низкая обеспеченность квалифицированными опытными кадрами – одно из препятствий в развитии въездного туризма. Иностранному туристу так же, как и иностранному партнеру по бизнесу, не склонен доверять обслуживание фирме, если ее сотрудники не владеют иностранным языком. Несмотря на прирост в Беларуси объектов туристического интереса и инфраструктуры, можно ожидать ощутимое увеличение турпотоков только из русскоязычных регионов на постсоветском пространстве, то есть оттуда, где отсутствует языковой барьер. Прогнозировать существенное увеличение турпотоков из Евросоюза, США, Канады, стран Латинской Америки, Азии и Африки и др. на данном этапе преждевременно.

Познавательный туризм утратил прежние позиции, и из традиционного и популярного вида перешел в категорию, которая развивается стихийно, мозаично, за счет отдельных точек роста, что не меняет общей ситуации. Внутренний и въездной туризм в Беларуси ассоциируется, прежде всего, с оздоровительным и рекреационным туризмом, инфраструктурой которого являются санаторно-оздоровительные учреждения, туристические гостиницы и базы отдыха. В этой ситуации агротуризм, обладающий государственной поддержкой и целым рядом преференций, активно выступает в качестве альтернативы культурно-познавательного, т.е. экскурсионного туризма.

При этом нельзя не отметить, что агротуризм в Беларуси отошел от своей первоначальной миссии, связанной с переводом части сельского населения из производственной сферы в сферу услуг, и классической модели, основанной на знакомстве городского населения с сельским бытом и национальными традициями. Произошла определенная подмена понятий, когда сельский туризм стал по своей сути «пикниковым» туризмом, который в силу своей специфики не нуждается в сотрудничестве с субъектами культурно-познавательного туризма и не может осуществлять просветительскую, воспитательную, идеологическую миссию, которая неотделима от познавательного туризма и пропагандируется в условиях современного общества неумело и недостаточно.

Корпоративный или индивидуальный отдых на агроусадьбе частью общества воспринимается как модный, престижный, в то время как экскурсии и путешествия по родному краю не входят в

число общественных приоритетов. В изменившихся общественных и социальных условиях произошло существенное изменение социального заказа на туристические услуги.

К туризму, как и к другим сферам услуг, применимо понятие «культура потребления». Можно с сожалением констатировать, что интеллектуальное наполнение экскурсий и туров в соответствии с современным социальным заказом уступило место развлечениям, дегустациям и т.п., включение которых в программы экскурсий и туров определяют степень популярности маршрутов. Эта тенденция свойственна не только турпродукту, адресованному взрослому населению, но и школьному, детскому и юношескому туризму. Результат не замедлит сказаться, т.к. формируется социальный заказ на досугово-развлекательные ресурсы туризма, а интеллектуальные (познавательные) ресурсы лишились широких перспектив. Отсюда напрямую проистекает неостребованность значительной части природных и историко-культурных ресурсов, которые могут и должны служить ресурсом различных экскурсий и туров по Беларуси.

Важность эффективного использования историко-культурного наследия необходимо отражать не только в Государственной программе развития туризма, но и в региональных программах, которые должны содержать комплекс соответствующих мероприятий. Практическая сторона такого подхода состоит в том, чтобы под каждый объект туристического интереса, который является памятником истории и культуры, разрабатывалась программа его использования национальными и региональными туроператорами, а также другими субъектами внутреннего и внешнего туристического рынка. Большое значение имеет не только состояние памятника, но и то к какому ведомству или частному владельцу оно принадлежит, это вопрос доступности памятника для посещения, а также его эстетическое и эмоциональное восприятие.

По-прежнему актуальна проблема, связанная с установкой и размещением дорожных указателей, которые ориентируют туристов на местоположение памятников. Она распадается на несколько позиций: отсутствие указателей, их недостаточное количество, неудачное расположение, ошибки в сообщаемой информации. Например, с появлением мемориальной усадьбы «Заосье» единственный указатель был установлен на дороге, соединяющий г.п. Мир (Кореличский р-н) и д. Столовичи (Барановичский р-н). Он был ориентирован на туристов, следующих со стороны Мирского замка. После жалоб со стороны турфирм и автотуристов, следующих со стороны автомагистрали М1/Е30, знак перенесли на автодорогу Барановичи-Новогрудок, лишив ориентира туристов, следующих от Мира, Крошина и Стаек, которым в поисках мемориальной усадьбы приходится делать дополнительный круг или прибегать к помощи местных проводников. Решить проблему можно только созданием утвержденного на государственном уровне перечня дорожных указателей, где содержится не только название, но также количество и местоположение знаков.

Повышение эффективности использования памятников истории и культуры как экскурсионных объектов и объектов туристического интереса невозможно без активного взаимодействия с Министерством культуры и его подведомственными учреждениями. На данном этапе можно отметить отдельные положительные примеры, но в целом сфера культуры и сфера туризма действуют достаточно разобщенно. Первостепенный вопрос, который волнует разработчиков турпродукта – это состояние экскурсионных объектов, а также и их архитектурного и природного окружения. Обычно, при реставрации памятников истории и культуры, работы ведутся не специалистами-реставраторами, а обычными строительными организациями с применением современных строительных материалов и технологий. Иностранцев туристов, которые ориентируются на жесткие требования законодательства по охране, консервации и реставрации памятников собственных стран, поражает современная практика применения новых строительных и отделочных материалов на исторических объектах многовековой давности, причем без всякой маскировки и стилизации под старину. Стеклопакеты широко используются вместо деревянных оконных рам, металлочерепица, в том числе, ярко-синей или ярко-зеленой окраски, вместо традиционной черепицы, изготовленной из глины. Современный по форме, размеру и качеству кирпич применяется вместо крупногабаритного, схожего с традиционной для белорусского зодчества «пальчаткой» (Лидский и Новогрудский замок). Бетон, сайдинг, «ядовитые», не совместимые с историческим обликом зданий цвета фасадов – все это принижает высокий статус архитектурных памятников, умаляет достоинства исторической застройки, ухудшает туристический имидж наших городов и других населенных пунктов.

К сожалению, Министерство культуры дает разрешения не только на ремонт и реконструкцию, искажающие исторический облик зданий, но и на их снос, мотивируя его ветхостью или бесхозностью объектов, например, в 2004 году было дано разрешение на снос в Пинске здания начала XX века, которое возводилось в стилистическом единстве с дворцом Бутримовича и в межвоенный

период использовалось как административное здание пинского староства. В последний момент его снос удалось опротестовать и отменить. Сегодня в отреставрированном памятнике с чертами неоклассицизма находится ресторан, пользующийся популярностью у гостей и горожан и являющийся экскурсионным объектом городских экскурсий. И все же, один за другим исторические кварталы многих городов заменяются «новоделами». Один из таких в прошлом популярных туристических центров – Пинск, который по привычке позиционируют как город, занимающий второе место в Беларуси по сохранности исторической застройки. Но это давно не соответствует реальности, т.к. в пределах Старого города (исторического центра) невозможно найти целостного квартала, а тем более улицы, где бы полностью сохранилась историческая застройка, которая фиксировалась еще в середине XX века. Таким образом, памятники архитектуры XVII- XVIII вв. давно потеряли свое естественное архитектурное окружение – к ним примыкают жилые дома, производственные помещения, объекты культурного и бытового назначения, которые не обладают художественными достоинствами и исторической значимостью. Сносы исторической застройки конца XIX – первой половины XX века происходят постоянно, так как строительные площадки в центре города пользуются повышенным спросом. А интересы въездного туризма, одним из направлений которого является так называемый «ностальгический туризм», для которого сохранность исторической застройки имеет определяющее значение, при рассмотрении вопросов, касающихся сноса зданий, вообще не учитываются (здание еврейского училища «Толмуд-Торы» в Погосте-Загородском было снесено недавно из-за отсутствия средств на ремонт, хотя это бывшее местечко – один из самых посещаемых еврейскими группами населенных пунктов Полесья).

Особого внимания требуют культовые сооружения, многие из которых передавались от одной конфессии к другой. Сегодня многие православные храмы являются переосвященными униатскими церквями или костелами, конфискованными у католических приходов и монастырей в российскую эпоху, либо в период атеизма. Православная церковь придерживается строгих канонов в архитектуре, ориентируясь в настоящее время на ретроспективный русско-византийский стиль. Чтобы приблизить к нему неоготические или барочные костелы, производилась перестройка и первоначальный облик памятников существенно изменялся. В свое время крыши многих памятников понижались и к ним пристраивались барабаны, увенчанные луковичными главками, были понижены или ликвидированы башни-колокольни. Таким образом, искажен облик бывшего костела столовичской командории мальтийских рыцарей – ценного памятника барокко, построенного по проекту знаменитого архитектора И.К. Глаубица, а в Микашевичской церкви Иоанна Предтечи (бывшем костеле) разрушен оригинальный ступенчатый аттик, который придавал этому неоготическому зданию облик, роднивший его с костелами и кирхами Западной и Северной Европы.

Как правило, охрана памятников истории и культуры происходит формально, главное, чтобы они были в наличии, а также присутствовал охранный знак, который иногда имеет слишком большие параметры и размещается крайне неудачно, мешая восприятию объекта. При этом не обеспечивается исторически достоверная сохранность внешнего и внутреннего облика. Можно постоянно наблюдать, как с фасадов исчезает лепка, как стукковые или гипсовые элементы заменяются раскрашенными пластмассовыми муляжами, как цветовая гамма исторических улиц и кварталов меняется в пользу пестрого и яркого «дурновкусия».

Еще сложнее обеспечить сохранность интерьеров зданий. Все учреждения и частные лица, которые являются собственниками исторических зданий, едины в своем стремлении осовременить интерьер, как путем перепланировки, так и внесением новых элементов, не имеющих исторической и художественной ценности и разрушающих стилевое единство интерьеров. Старые банковские здания, почтамты, магазины, вокзалы многие десятилетия сохраняли в своих интерьерах старинные мраморные прилавки, колонны, столешницы, люстры, расписные и лепные плафоны, которые при проведении современных ремонтов исчезают, так как за сохранение ценных интерьеров и их элементов никто не несет ответственности. Эта тенденция характерна даже интерьерам культовых объектов, где ценная мебель, старинные иконы и культовые предметы могут быть заменены современными.

В качестве рекомендации можно предложить масштабную инвентаризацию памятников истории и культуры с фотофиксацией фасадов и всех элементов интерьеров. Такая работа даст положительный результат (повысится ответственность за сохранение нашего национального достояния, легче будет вести поиски утраченного и подтверждать принадлежность тех или иных артефактов). Это также позволит вести борьбу с рекламой, искажающей облик исторических зданий или мешающей восприятию исторических ансамблей.

Реклама, которая размещается на туристических улицах и бульварах должна быть стилизована под их застройку, или, по крайней мере, не должна вступать в противоречие с ней.

Очень важно взглянуть на памятники истории и культуры как на значимые элементы городской среды, формирующие имидж городов и поселений. Проблема состоит не только в их ремонте, покраске и обновлении, но и в том, чтобы сохранить их облик в неизменном виде в тех случаях, когда это необходимо. В Пинске большой популярностью пользовалась часовня XVII века, увенчанная гнездом аиста. Это гнездо было полуметровой высоты и всегда вызывало удивление туристов и экскурсантов, которые спешили его запечатлеть. Но службы ЖКХ посчитали, что оно вредит памятнику архитектуры, и сняли гнездо с крыши часовни. В результате объект перестал быть необычным, утратил часть художественной выразительности, а с ней – популярность у туристов. То же самое касается опор старого моста в Пинске. Пока опоры были покрыты мхом и помогали во время экскурсий мысленно перенестись назад в эпоху военного времени, они являлись экскурсионными объектами и служили историческим фоном при проведении экскурсий, посвященных Второй мировой войне. Очищенные и покрашенные серой краской, опоры стали обычными волнорезами и сразу утратили свою роль в экскурсиях, которая вернулась к ним лишь по прошествии целого ряда лет с нанесением на них исторических видов Пинска.

Эффективное использование памятников культуры возможно лишь, как отмечалось выше, в тесном взаимодействии сферы туризма, местных органов власти и различных структур, чья деятельность связана с ремонтом и эксплуатацией памятников истории и культуры. Положительные результаты возникают там, где координационные советы по развитию туризма и сохранению историко-культурного наследия не существуют формально, а действительно работают.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь. Стат. сб. / Ред. В.И. Зиновский. – Минск : Национальный статистический комитет РБ, 2014. – 104 с.

## **WAYS TO IMPROVE EFFICIENCY USE OF MONUMENTS OF HISTORY AND CULTURE IN AS OBJECTS OF TOURIST INTEREST**

*T.A. HVAGINA*

### *Summary*

This article examines the key issues of the tourism business, protection and utilization of historical and cultural heritage in the Republic of Belarus. A comparative analysis of tendencies of tourism development in Belarus during the Soviet period and the present time. The problems of conservation and suggests ways to improve efficiency in the use of historical and cultural heritage with concrete examples.

© Хвагина Т.А.

*Поступила в редакцию 5 октября 2015 г.*