

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 Мян 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 Мянью 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), театральный 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 въездной;
- 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 «Винополь» (знакомство с театральным закулисьем), «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. Популярностью у туристов спектакли-променады (театральные аудиоспектакли с путешествием по знаковым местам города), экскурсии формата «backstage», которые открывают туристам театральное закулисье. 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 9 012 театральных показов, 30 гастрольных поездок, 5 000 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 организованый 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, перфоманс 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 театральные туры 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.