

ности, а также арт-терапевтические, коррекционные и реабилитационные средства и методы, занимают активные позиции в досуговом пространстве. Однако в нашей стране до сих пор отсутствуют комплексные исследования в этой области, несмотря на то, что именно в интегрированной социокультурной образовательной среде возможны поиск и успешная реализация анимационных проектов и программ, способных актуализировать духовные потребности развивающейся личности, вооружить новой методологией все учреждения социокультурной сферы и содействовать духовному оздоровлению общества.

1. *Лебедева, Л. Д.* Практика арт-терапии: подходы, диагностика, система занятий / Л. Д. Лебедева. – СПб. : Речь, 2003. – 256 с.

2. *Мамбеков, Е. Б.* Организация досуга во Франции: анимационная модель: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / С.-Петерб. гос. ин-т культуры ; Е. Б. Мамбеков. – СПб., 1992. – 165 л.

3. *Ярошенко, Н. Н.* Социально-культурная анимация: учеб. пособие / Н. Н. Ярошенко. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : МГУКИ, 2005. – 109 с.

Е. В. Рябова,

кандидат педагогических наук,

Белорусский государственный университет

культуры и искусств

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ТУРИСТИЧЕСКИХ ПУТЕШЕСТВИЙ

В последнее время особенно быстро развивается культурный туризм и сфера туристских услуг приобретает значение в политической, экономической и социально-культурной жизни общества. Отмечая данную тенденцию и в культурном туризме в Беларуси, обратим внимание на принятие правительством страны мер по рационализации, экономическому и социальному упорядочиванию этого вида деятельности в рамках Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы, согласно которой туризм определен «одной из важнейших сфер современной экономики» (программа утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24.03.2001 г. № 373). Сегодня различ-

ным туристским организациям, государственному и частному секторам туризма необходимы не столько корректировки нынешнего состояния сферы культурного туризма, сколько поиск новых путей, новых моделей его развития.

В связи с этим актуальной научно-практической задачей является определение *принципов* взаимовыгодного *сотрудничества* в области культуры и туризма, среди которых первоочередными видятся следующие:

– *Принцип приоритета сохранности культурного наследия* – находит отражение в Хартии культурного туризма (Брюссель, 1976 г.), принятой Международным советом по вопросам памятников и достопримечательных мест (ИКОМОС), где отмечается позитивное значение развития культурного туризма и рекомендуется контролировать туристскую деятельность, не допуская ее выхода за те пределы, где начинается разрушение историко-культурного и природного наследия.

– *Принцип открытости* – предполагает взаимную информированность организаций, представляющих туризм, и организаций, ответственных за охрану природного и монументального наследия, о целях, задачах, основных направлениях деятельности и возможностях их влияния в разработке и продвижении турпродуктов.

– *Принцип государственно-частного партнерства* – означает обеспечение тесного сотрудничества учреждений культуры и туризма разной формы собственности: государственных, коммерческих, общественных. Это обусловлено тем, что большинство музеев, домов ремесел, центров досуга и т. п. находятся в ведении государства, тогда как турбизнес строится на частной инициативе. Соответственно этому принципу механизм взаимодействия строится с учетом баланса интересов обеих сторон. Возможно, одним из вариантов такого партнерства могли бы стать туристские кластеры, которые начинают создаваться в Беларуси.

В научной литературе понятие «туристский кластер» определяется как группа предприятий туристского комплекса, объединенных единым технологическим процессом обслуживания посетителей дестинации или участвующих в формировании единого турпродукта, потребляемого туристом или одним сегментом туристского спроса. Основной целью создания кластера является получение дополнительной прибыли за счет по-

вышения качества и разнообразия предлагаемых услуг [2, с. 151]. В культурно-туристских кластерах основными поставщиками услуг по культурно-досуговому обслуживанию должны стать дома культуры, центры ремесел, музеи и другие учреждения культуры.

Решение практических задач организации культурно-туристских кластеров невозможно без определения *принципов разработки маршрутов* путешествий в регионах. Процесс разработки культурных маршрутов – сложная многоступенчатая процедура, в основу которой должны быть положены следующие принципы: привлекательность, доступность, содержательность, функциональность, многовариантность, комфортность, информированность [1, с. 58–59].

Привлекательность. Привлечь туристов можно либо новыми впечатлениями, либо занятиями, отличными от их повседневной деятельности. Факторы туристской привлекательности чрезвычайно разнообразны: это могут быть живописные сельские местности, фольклорные фестивали, народные праздники, ярмарки народных промыслов и ремесел, участие в мастер-классах по изготовлению традиционных сувениров, посещение концертов фольклорных коллективов, охота, рыбалка, купание в водоемах и реках и мн. др.

Доступность. Факторы, привлекающие туристов, не будут иметь коммерческой ценности до тех пор, пока туристы не воспользуются ими. Большинство туристов предпочитает те места, до которых можно удобно и недорого добраться. Высокая доступность предполагает наличие хороших дорог, надежных видов транспорта, а для пеших маршрутов – обустроенной туристской трассы.

Содержательность туристского маршрута означает наличие познавательных элементов, способствующих знакомству с природой, памятниками материального и нематериального культурного наследия. Причем культурные маршруты могут содержать посещение разнообразных аттрактивных объектов, тематически не связанных с основным содержанием тура (сакральных объектов, шляхетских усадеб, замков, природных памятников и др.), но находящихся непосредственно на пути следования туристской группы. Принцип содержательности позволяет туристам за относительно короткий промежуток времени получить новые знания, познакомиться с достопри-

мечательностями, культурой, бытом, менталитетом местного населения.

Функциональность – это круглогодичное использование одного и того же культурного маршрута. Предполагает различный набор сезонных услуг: например, в разное время года на агроусадьбе могут проводиться фольклорные праздники соответствующего цикла народного земледельческого календаря (зимой – Коляды, Масленица, весной – «Гуканне вясны», летом – Купалье, осенью – Дожинки и т. д.).

Многовариантность культурного маршрута связана с возможным изменением погоды, непостоянством состава туристов, необязательностью партнеров и т. д. Например, при возникновении неблагоприятных метеорологических условий необходимо иметь варианты обслуживания туристов без их активного перемещения по маршрутам (заменить осмотр достопримечательностей в открытом пространстве посещением музеев, центров ремесел, участием в фольклорно-развлекательных программах, мастер-классах и т. д.).

Комфортность. Туристы, как правило, отдают предпочтение тем маршрутам, на которых созданы условия для жилья и питания. Абсолютный минимум – двухразовое питание и палатка, оптимум – трехразовое питание, ночлег в закрытом помещении, горячее водоснабжение.

Информированность. Появление туристов на маршруте зависит от степени их информированности. Она достигается различными рекламными средствами: объявлениями в средствах массовой информации, разработкой странички на специализированных сайтах в Интернете, рекламных буклетов и т. п. Турист должен знать и одобрять программу тура, прежде чем принять решение о путешествии по данному маршруту.

Перспектива на рынке культурного туризма определяется не только динамикой со стороны потребительских туруслуг, но и существенными изменениями в их структуре: все большее количество субъектов хозяйствования, региональных кластеров проникает на этот рынок, что в первую очередь связано с видением культурного туризма в качестве эффективного решения для повышения имиджа конкретного региона, улучшения ситуации в сфере занятости и роста благосостояния населения.

1. Косолапов, А. Б. Менеджмент в туристической фирме : учеб. пособие / А. Б. Косолапов. – М. : КноРус, 2007. – 256 с.

2. Тарасёнок, А. И. Геоэкономика туризма : учеб. пособие / А. И. Тарасёнок. – Минск : Новое знание ; М. : ИНФРА-М, 2011. – 272 с.

Н. В. Самерсова,

кандидат педагогических наук, доцент,

Белорусский государственный университет

культуры и искусств

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТА СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Система взаимоотношений общества, природы и культуры является одной из важнейших проблем научных исследований последнего времени. Анализ современной социокультурной ситуации, обусловленной состоянием экологического кризиса, вызывает необходимость переосмысления сущности взаимосвязей в системе «природа – культура», а также роли культуры в сохранении и восстановлении природной среды.

В связи с этим экологический компонент в подготовке специалистов для социокультурной сферы должен быть представлен в качестве необходимой составляющей их базового образования. Именно образование, направленное на развитие современного человека как планетарного субъекта, должно стать наиболее эффективным средством и механизмом разрешения глобальных цивилизационных проблем человечества, основой его преобразовательной и созидательной деятельности.

Несомненно, на сегодняшний день одной из актуальнейших образовательных задач при подготовке специалиста в области социокультурной сферы является развитие таких качеств и способностей, которые позволят ему понимать современные экологические проблемы и ответственно, на научной основе, используя богатейший арсенал форм, средств и методов социокультурной деятельности, их разрешать. В соответствии с этим динамичное развитие социокультурной сферы сегодня диктует необходимость вводить и оценивать такие показатели, как эколого-педагогическая компетентность специалистов и готовность их к эколого-ориентированной деятельности.