

---

---

# ЭТНОЛОГИЯ

---

# ЭТНАЛОГИЯ

---

# ETHNOLOGY

---

---

УДК 338.48-6:39(476)

## ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

И. В. ОЛЮНИНА<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рассматривается современный этап развития этнографического туризма в Беларуси. Анализируются результаты анкетирования и интервьюирования представителей туристической индустрии Беларуси. Выявляются проблемы организации туристического обслуживания, а также возможные пути их решения. Отмечается, что на современном этапе развития туристической индустрии Беларуси актуальной задачей является формирование регионального этнографического туристического продукта. Его реализация представляется наиболее оптимальной на специализированных объектах, например в этнографических и краеведческих музеях и комплексах, агроэкоусадебках, домах ремесел. Базовыми компонентами этнографического тура выступают гастрономический, событийный и интерактивный. Важнейшая роль в построении и продвижении этнографического туристического продукта принадлежит экскурсоводам. Совершенствование содержания экскурсий с применением современных технологий и участие туристов в народных праздниках и обрядах, их обучение традиционным ремеслам и промыслам, а также дегустация блюд и напитков национальной кухни становятся необходимыми компонентами этнографического тура. Делается вывод о том, что в условиях возрастающей эмоциональной ценности путешествия приоритет в развитии этнографического туризма должен отдаваться построению региональных стратегий и дифференциации безопасного и инклюзивного этнографического туристического продукта для всех категорий туристов.

**Ключевые слова:** Беларусь; этнографический туризм; туристические услуги; интерпретация; этнокультурное наследие; экскурсовод.

---

### Образец цитирования:

Олюнина ИВ. Этнографический туризм в Беларуси: проблемы развития. *Журнал Белорусского государственного университета. История.* 2023;1:93–101.  
<https://doi.org/10.33581/2520-6338-2023-1-93-101>

### For citation:

Olunina IV. Ethnographic tourism in Belarus: development problems. *Journal of the Belarusian State University. History.* 2023;1:93–101. Russian.  
<https://doi.org/10.33581/2520-6338-2023-1-93-101>

---

### Автор:

**Ирина Владимировна Олюнина** – кандидат исторических наук, доцент; доцент кафедры этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета.

### Author:

**Irina V. Olunina**, PhD (history), docent; associate professor at the department of ethnology, museology and history of arts, faculty of history.  
[irinaolunina@yandex.ru](mailto:irinaolunina@yandex.ru)



## ЭТНАГРАФІЧНЫ ТУРЫЗМ У БЕЛАРУСІ: ПРАБЛЕМЫ РАЗВІЦЦА

І. У. АЛЮНІНА<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup> *Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь*

Разглядаецца сучасны этап развіцця этнаграфічнага турызму ў Беларусі. Аналізуецца вынікі апытання і інтэрв'ювання прадстаўнікоў беларускай турыстычнай індустрыі. Выяўляюцца праблемы арганізацыі турыстычнага абслугоўвання, а таксама магчымыя шляхі іх рашэння. Адзначаецца, што на сучасным этапе развіцця турыстычнай індустрыі Беларусі актуальнай задачай з'яўляецца фарміраванне рэгіянальнага этнаграфічнага турыстычнага прадукту. Яго рэалізацыя прадстаўляецца аптымальнай на спецыялізаваных аб'ектах, напрыклад у этнаграфічных і краязнаўчых музеях і комплексах, аграэкасядзібах, дамах рамёстваў. Базавымі кампанентамі этнаграфічнага тура з'яўляюцца гастронамічны, падзейны і інтэрактыўны. Вядучая роля ў будаванні і прасоўванні этнаграфічнага турыстычнага прадукту належыць экскурсаводам. Удасканаленне зместу экскурсій з прымяненнем сучасных тэхналогій і ўдзелам турыстаў у народных святах і абрадах, навучанне іх традыцыйным рамёствам і промыслам, а таксама дэгустацыя страў і напояў нацыянальнай кухні становяцца неабходнымі кампанентамі этнаграфічнага тура. Адзначаецца, што ва ўмовах нарастаючай эмацыйнай каштоўнасці падарожжа прыярытэт у развіцці этнаграфічнага турызму павінен аддавацца пабудове рэгіянальных стратэгіяў і дыферэнцыяцыі бяспечнага і інклюзіўнага этнаграфічнага турыстычнага прадукту для ўсіх катэгорый турыстаў.

**Ключавыя словы:** Беларусь; этнаграфічны турызм; турыстычныя паслугі; інтэрпрэтацыя; этнакультурная спадчына; экскурсавод.

## ETHNOGRAPHIC TOURISM IN BELARUS: DEVELOPMENT PROBLEMS

I. V. OLUNINA<sup>a</sup>

<sup>a</sup> *Belarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus*

The article considers the current stage of development of ethnographic tourism in Belarus and analyses the results of a survey and interview with the representatives of the tourism industry of the Republic of Belarus. The main problematic issues in the organisation of tourist services are identified, the possible ways of its solution are characterised. Ethnographic tourism is the most important economic resource of the industry. Ethnocultural heritage of the Republic of Belarus is the basis for building local strategies for tourism development. Formation of a regional ethno-tourism product is the actual task at the current stage of development of the tourism industry in Belarus. The implementation of such a tourist product is optimal at specialised facilities: ethnographic and local history museums and complexes, agroecostates, houses of crafts. The basic components of an ethnographic tour are gastronomic, event and interactive. The leading role in the construction and promotion of the ethno-tourist product belongs to the guides. Improving the content of excursions with the use of modern technologies and the participation of tourists in folk holidays and rituals, as well as teaching traditional crafts, tasting dishes and drinks of national cuisine become essential components of an ethnographic tour. In the context of the increasing emotional value of travel, priority in the development of ethnographic tourism should be given to building regional strategies and differentiating a safe and inclusive ethno-tourism product for all categories of tourists.

**Keywords:** Belarus; ethnographic tourism; tourist services; interpretation; ethnocultural heritage; guide.

### Введение

Приоритетом государственной программы развития туризма на 2021–2025 гг. «Беларусь гостеприимная» является внутренний туризм. Затяжное течение пандемии COVID-19 приостановило развитие туристической отрасли во всем мире. Это дало возможность переосмыслить ее основные направления на ближайшие годы. За 2021–2022 гг. в Беларуси появились новые туристические объекты, вырос интерес к путешествиям по стране, а также закрепилась

тенденция к использованию туристической дестинацией собственных ресурсов.

Каждый белорусский регион обладает уникальным этнокультурным наследием, грамотная презентация которого позволяет создавать конкурентоспособные туристические программы. Отзывы туристов свидетельствуют о том, что основной интерес сконцентрирован на ознакомлении с бытом, культурой, обычаями людей, которые живут в гар-

мении с природной средой конкретного региона. У туристов появляется возможность обогатить свои представления об окружающем мире и приобрести уникальный опыт познания традиционной культуры местного населения. Таким образом, развитие этнографического туризма в Беларуси выступает перспективным направлением.

В допандемийный период появился ряд публикаций, в которых данная проблематика была частично исследована. Так, в 2018 г. Национальным агентством по туризму было проведено маркетинговое исследование «Оценка туристического потенциала регионов Республики Беларусь: спрос, предложение, конкуренция и рыночные тенденции», третий раздел которого посвящен формированию регионального туристического продукта<sup>1</sup>. В работе Л. М. Гайдукевича, О. С. Мозговой и Я. Кучеровой [1] охарактеризовано ресурсное обеспечение регионального развития туризма, а также структура управления туризмом на региональном уровне. В коллективной монографии [2] проанализированы принципы формирования и специфика продвижения туристического продукта, созданного на основе культурного наследия, исследован фольклорно-этнографический потенциал туристических объектов Беларуси как основа развития культурного туризма, а также особенности организации культурного туризма в сельской местности. В фокусе внимания авторов коллективной монографии [3] находится потенциал неаграрных способов развития сельских территорий. В работе подчеркивается, что этнокультурная составляющая региона слабо задействована в продвижении его туристической привлекательности, но имеет высокий потенциал для создания новых отраслей и сфер деятельности. В. А. Клицунова в исследовании [4] отмечает эффективность подходов к интерпретации культурного наследия, которые позволяют создать конкурентоспособный туристический продукт. Исследование [5] посвящено вопросам развития инфраструктуры белорусского туризма на основе культурных ландшафтов, архитектурных объектов, агроэкоусадб, домов ремесел, фольклорного наследия. Многие аспекты туристической отрасли освещены в материалах конференций [6; 7].

А. И. Тарасёнок описывает опыт создания 17 туристических дестинаций. Были разработаны стратегии их развития и организованы туристские кластеры [8]. В исследовании [9] отмечается, что Брестская и Гродненская области обладают наиболее высоким потенциалом для их создания [9, с. 215].

За 2011–2017 гг. под общим руководством О. В. Сивогракова было разработано несколько десятков стратегий устойчивого развития для территорий районных и сельских советов. Проведенный автором

данной статьи анализ стратегий устойчивого развития территорий показал, что в данных стратегиях уделено мало внимания объектам этнокультурного наследия [10].

По мнению В. Л. Блищ, этнокультурное наследие является базой для развития этнографического туризма, который используется многими странами как ресурс экономической и культурной устойчивости [11, с. 311].

В сентябре 2021 г. Национальное агентство по туризму провело I Международную научно-практическую конференцию «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», которая стала попыткой оценить последствия пандемии и определить векторы развития туристической отрасли Беларуси. В материалах конференции аспекты современного этнографического туризма были косвенно затронуты в публикациях Л. М. Гайдукевича, С. В. Чувак, П. М. Сапотько и др. [12]. В сентябре 2022 г. состоялась II Международная научно-практическая конференция «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты». Ряд докладов, в частности С. А. Демьянова, О. В. Ежель, были посвящены состоянию и потенциалу туристической инфраструктуры Беларуси [14]. Попыткой осмыслить негативные последствия пандемии COVID-19 для белорусского туристического рынка стали публикации С. А. Демьянова [13–15]. Анализ текущей ситуации в сфере туризма Беларуси представлен в коллективной монографии [16].

Большинство работ не дают исчерпывающего представления об актуальной проблематике развития этнографического туризма, что позволило сформулировать следующие гипотезы.

1. В современных условиях существует запрос на потребление регионального туристического продукта в Республике Беларусь. Туристы посещают этнографические объекты, интересуются бытом, традициями и локальными особенностями различных дестинаций страны. Оптимальной представляется реализация этнографического туристического продукта на базе специализированных объектов (этнографические и краеведческие музеи, агроэкоусадбы, дома ремесел и т. д.).

2. В структуре этнографического тура выделяются компоненты, пользующиеся наиболее высоким спросом среди туристов, – гастрономический, событийный, крафтовый и др. Туристов интересует этнокультурное наследие конкретной дестинации, представленное ее жителями в аутентичном варианте.

3. В презентации локального этнографического туристического продукта определяющей является роль гида. Экскурсовод должен досконально знать

<sup>1</sup>Оценка туристического потенциала регионов Республики Беларусь: спрос, предложение, конкуренция и рыночные тенденции. Минск : Колорград, 2018. 220 с.

специализированную методику интерпретации компонентов этнокультурного наследия.

Для проверки данных гипотез были решены следующие задачи:

- определены туристические объекты в Беларуси, на которых презентация регионального этнографического туристического продукта осуществляется наиболее эффективно;
- выявлены основные компоненты этнотура, определены наиболее популярные туристические направления;
- охарактеризована роль экскурсовода при презентации локального этнографического туристического продукта.

На первом этапе исследования использовался метод анкетирования. Обработка, оценка и интерпретация ответов были проведены с помощью контент-анализа. Заочный групповой опрос проводился среди представителей туристической индустрии Беларуси в июне – августе 2020 г. при поддержке Республиканского союза туристической индустрии и Национального агентства по туризму. В опросе приняли участие 64 человека (20 мужчин и 44 женщины), при этом 42 респондента являлись жителями Минска, 22 респондента – жителями других белорусских регионов. Возраст опрашиваемых составлял от 22 до 70 лет. В связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией опрос проводился в дистанционном формате, через социальные сети *Facebook* и *ВКонтакте* и электронную почту. Кро-

ме того, опросник был размещен на сайте Национального агентства по туризму, а также на сайте Республиканского союза туристической индустрии. Подобное исследование было проведено впервые. Оно позволило выявить основные проблемы развития этнографического туризма в Беларуси.

Анкета содержала 28 вопросов. В качестве цели анкетирования было указано проведение научного исследования, при этом разъяснялись его значение и перспективы использования результатов, а также было указано, что анкетирование является анонимным. Первые два вопроса касались географических, возрастных, гендерных и профессиональных особенностей респондентов. Основная часть анкеты состояла из трех блоков. Первый блок был связан с мотивацией современного туриста, второй блок посвящен определению характеристик этнографического туризма и его региональным особенностям, третий блок нацелен на выявление проблем и сложностей при формировании современного туристического продукта и взаимодействии субъектов туристической деятельности<sup>2</sup>.

Большую часть респондентов составляли гиды, экскурсоводы, руководители туристических групп (17 человек) и менеджеры туристических организаций (27 человек). Также в опросе приняли участие хозяева агроэкоусадеб (5 человек), сотрудники музеев и учреждений культуры (4), преподаватели туристических дисциплин (5), госслужащие (4), журналисты, тревел-блогеры (2 человека)<sup>3</sup>.

### Основная часть

На первом этапе исследования в 2020 г. был проведен анализ анкет в целях последующей интерпретации выявленных закономерностей. Первичный контент-анализ был проведен на одном типе источников, сопоставимых по объему и структуре. Затем было проведено уточнение понятийно-категориального аппарата и выявлены проблемы на основе наиболее часто повторяющихся ответов респондентов.

В определении этнографического туризма возникают расхождения как в отечественных, так и в зарубежных публикациях. В зарубежной литературе чаще используется термин «этнотуризм». Он трактуется как специализированный вид культурного туризма, в котором основное внимание уделяется деятельности человека, а не природе и делается попытка дать представление об образе жизни местного населения. На официальном сайте Республики Беларусь также используется термин «этнотуризм»<sup>4</sup>. Объектами посещения указаны этнографические и краеведческие музеи, этнографические комплек-

сы, центры народного творчества, агроэкоусадыбы, дома фольклора, центры традиционной культуры и быта, дома ремесел. Среди возможных активностей для туристов перечислены праздники и обряды («Колядные цари», «Женитьба Терешки»), ремесла, дегустации, а среди событийных мероприятий отмечены этнофестивали («Зов Полесья», «Мотальскія прысмакі», «Вишневый фестиваль» в Глубоком, «Жураўлі і журавіны Міёрскага краю»).

В русскоязычной литературе существуют разные трактовки этнотуризма, который принято считать частью культурного туризма. Этнотуризм часто смешивают с фольклорным, экологическим или даже аборигенным и джайлоо-туризмом. Выделяют такие виды этнотуризма, как антропологический, этнический и ностальгический, или туризм диаспоры (посещение мест рождения либо проживания предков). Основной проблемой при определении этнографического туризма является современный динамический комплекс предложений, включающих элементы различных видов туристической

<sup>2</sup>Арх. Ин-та искусствоведения, этнографии и фольклора имени Кондрата Крапивы. Ф. 6. Оп. 14. Д. 261. С. 1.

<sup>3</sup>Там же. С. 1–64.

<sup>4</sup>Этнографический туризм в Беларуси // Официальный сайт Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belarus.by/ru/travel/ethno-tourism> (дата обращения: 12.12.2021).

деятельности [17, с. 298–299]. Следует отметить, что термины «этнотуризм», «этнографический туризм» и «этнокультурный туризм» не выступают синонимами, однако в литературе на данную тему часто используются именно в таком качестве. По мнению автора статьи, в отношении такого вида туристической деятельности на территории Беларуси наиболее уместным является использование термина «этнографический туризм».

подавляющее большинство участников опроса основным мотивом туристического путешествия по своей стране назвали возможность удовлетворить свою потребность в отдыхе и познании нового. Более трети респондентов отметили важность создания визуального впечатления от поездки в социальных сетях. Кроме того, мотивами путешествия по Беларуси, по мнению опрошенных, выступают необходимость восстановить здоровье после заболеваний и стрессов и оздоровить детей, стремление замедлить ритм жизни, а также любопытство, самоутверждение, желание разнообразить жизнь, получить впечатления. Ознакомление с бытом, культурой, традициями, обычаями людей, которые живут в гармонии с окружающей природной средой определенной туристической дестинации, выступает мотивом для 40 % респондентов<sup>5</sup>. При этом главной ценностью путешествия представляются погружение в традиционную народную культуру, постижение ее аутентичности и колорита.

В качестве важнейших компонентов этнографических туров участники опроса назвали быт сельского населения, обряды и праздники, национальную кухню, местную речь, а также самих жителей – носителей местной культуры. Основой подобных туров является наследие регионов Беларуси, представленное в этнографических комплексах. Среди них 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. По мнению 60 % опрошенных, эти объекты являются центрами формирования, продвижения и реализации локального этнографического туристического продукта на современном этапе развития внутреннего туризма Беларуси.

Важными объектами этнографического туризма Беларуси в XXI в. стали агроэкоусадьбы. За последние 15 лет их количество возросло с 34 субъектов в 2006 г. до более чем 3000 субъектов в 2021 г.<sup>6</sup> Такая динамика обусловлена комплексом причин: госу-

дарственной поддержкой сектора, прогрессивной нормативно-правовой базой, льготной программой кредитования «Белагропромбанка» на развитие агроэкотуризма, активностью общественных региональных советов и местных энтузиастов, международной технической помощью. Главным преимуществом усадеб, по мнению респондентов, является сегментирование видов туристических услуг для целевой аудитории (гастрономия, крафт-туризм, этнография, оздоровление, активный отдых, аграрный туризм, анимация и т. д.), что стимулирует развитие малого и среднего семейного бизнеса, более эффективное функционирование этнокомплексов, частных и государственных сельскохозяйственных парков. Туристов привлекает возможность выбирать различные направления отдыха, которые предусматривают определенную программу. В нее могут входить организация зеленых маршрутов с посещением природных территорий, приготовление и дегустация национальных блюд согласно белорусским народным традициям питания, активные туристические маршруты с использованием спортивной инфраструктуры, тематических парков и палаточных городков, знакомство с элементами регионального этнокультурного наследия.

Ответы респондентов показывают рост популярности этнокулинарных туров. Во время подобного путешествия туристы знакомятся с особенностями гастрономических традиций туристической дестинации. В процессе посещения гастрономических фестивалей и ярмарок туристы могут наблюдать за работой местных фермерских хозяйств, пекарен, сыроварен и других пищевых производств. При этом способ организации путешествия может меняться от традиционной экскурсии с дегустацией до семинаров, мастер-классов и обучения профессионалов производству и приготовлению продуктов и блюд [18, с. 329]. Белорусский этнолог, специалист в области традиций питания белорусов, доктор исторических наук, профессор Т. А. Новогородский считает, что потенциал Беларуси в данном виде туристической деятельности весьма высок [19]. С 2008 г. в д. Мотоль Ивановского района Брестской области проходит международный гастрофест «Мотальскія прысмакі», который демонстрирует богатство и разнообразие полесских блюд, а также способствует активизации интереса туристов к изучению уникальных местных традиций питания. В событийном сегменте среди респондентов наиболее популярны местные этнокультурные фестивали, такие как «Вишневый фестываль» в Глубоком, «Жураўлі і журавіны Міёрскага краю», «Зов Полесья» и др. В допандемийный период подобные мероприятия имели высокую востребованность. Именно такие мероприятия становятся

<sup>5</sup>Арх. Ин-та искусствоведения, этнографии и фольклора имени Кондрата Крапивы. Ф. 6. Оп. 14. Д. 261. С. 1–64.

<sup>6</sup>Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/katalog/turizm-i-turisticheskie-resursy-v-respublike-belar/index.php> (дата обращения: 21.12.2021).

важнейшим ресурсом для производства современного этнографического туристического продукта. Базой для его реализации являются, например, туристические дестинации в деревнях Дудutki, Строчицы и Мотоль [20, с. 16].

Таким образом, среди предложений на белорусском туристическом рынке сегодня наиболее востребованы туры, связанные с традиционной белорусской культурой. Наиболее полным это знакомство может быть в кластерных этнотуристических дестинациях (например, «Муховэцька кумора»), так как предлагаемый здесь комплексный туристический продукт способствует сохранению и популяризации местного историко-культурного и природного наследия, а также может быть обеспечивает пребывание туристов, основанное на принципах устойчивого развития. По мнению 25 % респондентов, в тур можно включить этнический (ностальгический, сентиментальный) компонент, предполагающий посещение туристами мест детства или юности, могил родственников либо возвращение эмигрантов в места исторического проживания. В программу тура могут быть включены элементы ритуального (некропольного) туризма при посещении кладбищ и мест памяти. В любом случае культура и этническая принадлежность коренного населения туристической дестинации являются туристической достопримечательностью [21, с. 48–51].

Факторами развития современного этнографического туризма участники опроса считают рост предложения услуг для туристов «золотого возраста», развитие экомышления туристов, повышение качества и дифференциация услуг, предпочтение краткосрочного отдыха и туров выходного дня. Преимущества выбора этнотуристов очевидны. Это покой, уединенность, чистый воздух, природный ландшафт, сельская культура, экологичность передвижения, возможность наблюдать за животными и птицами. Экологический и этнографический виды туризма, по мнению большинства респондентов, являются наиболее перспективными в Беларуси<sup>7</sup>.

В качестве препятствий для развития этнографического туризма участники опроса назвали затрудненность в достижимости дестинаций, недостаточное предложение, слабую плотность услуг, низкую квалификацию кадров, сезонность, проблемы с инфраструктурой. Респонденты указали также на отсутствие региональных особенностей этнографического туристического продукта, инклюзивных предложений, несоответствие оказанной услуги ожиданиям клиентов. Представители туристической индустрии испытывают серьезные сложности при налаживании контактов с местными властями. Среди таких слож-

ностей отмечены бюрократизм, отсутствие заинтересованности в сотрудничестве. Важным аспектом является острая необходимость совершенствования законодательной базы и внедрения современных технологий в процессе продвижения этнографического туристического продукта.

Решить проблемы в туристической отрасли, по мнению участников опроса, позволят следующие условия. В первую очередь необходима поддержка инициатив представителей турбизнеса на всех уровнях. Более 20 % респондентов считают, что для государственного регулирования отрасли должна быть создана отдельная структура. Факторами успешного регионального развития туризма две трети опрошенных назвали стратегическое планирование и налаживание связей между всеми участниками процесса. Внедрение технологий, постепенное брендинг дестинаций, а также эффективный статистический учет названы залогом успешного развития туризма.

Автором исследования были учтены недостатки первого этапа: случайный отбор респондентов, непрезентабельность выборки, статистические погрешности и т. д. В силу заочной формы проведения опроса и недостаточной объективности его результатов было принято решение продолжить исследование. На его втором этапе в январе 2022 г. проведены 11 глубинных интервью с ведущими представителями белорусской туристической индустрии<sup>8</sup>.

В 2020–2021 гг. трансформации произошли не только в нормативно-правовой сфере (вышла новая редакция Закона Республики Беларусь «О туризме», изменились правила оказания туристических услуг, а также налогообложения субъектов агротуризма), но и в туристической отрасли в целом. Сократилось количество агроусадоб и количество туристов<sup>9</sup>, «просел» рынок корпоративных мероприятий. Сезон 2022 г. стал точкой отсчета для возобновления активного туризма, однако количество и формат мероприятий пока находятся в стадии роста. По оценкам многих экспертов, событийный сегмент является самым проблемным полем отрасли, так как нет устоявшегося календаря событий, организаторы подтверждают проведение мероприятия за несколько дней (групповое посещение невозможно). Кроме того, из года в год повторяются ошибки с размещением фуд-кортов, санитарных зон, наблюдаются недостаточное количество, низкое качество или высокая цена сувениров и т. д. Все это снижает интерес туристов к популярным фестивалям.

Основные акценты интервью касались объектов этнографического туризма, способов формирования и продвижения этнографического туристического продукта и перспектив развития регионального

<sup>7</sup>Арх. Ин-та искусствоведения, этнографии и фольклора имени Кондрата Крапивы. Ф. 6. Оп. 14. Д. 261. С. 1–64.

<sup>8</sup>Там же. Д. 265. С. 1–50.

<sup>9</sup>Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/katalog/turizm-i-turisticheskie-resursy-v-respublike-belar/index.php> (дата обращения: 21.12.2021).

этнотуризма. Запрос на этнографический туристический продукт наблюдается среди небольшого количества образованных, в некотором смысле искушенных, элитарных туристов, которые готовы максимально подробно ознакомиться с особенностями региональной традиционной культуры. Таким туристам необходимо обеспечить доступное и целостное восприятие культурного ландшафта дестинации как единого природно-культурного комплекса. В этнографическом туре следует применять дифференцированный подход. Многокомпонентная структура этнографического туристического продукта должна быть построена с учетом личного опыта туриста, а новые знания должны быть презентованы доступно и эстетично, в развлекательном формате. В. А. Клицунова считает сформированными подобные программы в скансене «Дудутки» и экомузее «Мир пчел». В качестве образца этнографического тура она отметила программу Л. Н. Бычко в д. Стойлы Брестской области<sup>10</sup>. Многие эксперты ведущими назвали музеи в деревнях Дудутки и Строчицы, парк-музей интерактивной истории «Сула». Большинство голосов интервьюируемых (из 11 опрошенных на это указали 9 человек) были отданы за туры в деревни Мотоль и Бездеж.

Базовыми компонентами этнотура, по мнению подавляющего большинства интервьюируемых (из 11 респондентов это отметили 10 человек), являются гастрономический, событийный и интерактивный. Интерактивный компонент включает организацию мастер-классов по народным технологиям и ремеслам, а также музыкальную программу (песни, танцы, анимационные, театральные и музыкальные элементы). В идеальном этнотуре эксперты отрасли видят возможность наблюдать за носите-

лями изучаемой культуры и участвовать в их повседневных действиях. Основную ответственность за презентацию этнокультурного наследия несет гид, сопровождающий группу. По мнению председателя Белорусского общества экскурсоводов и гидов-переводчиков С. И. Бусько, экскурсовод должен ознакомить группу с программой тура, а для этого он должен хорошо знать туристический продукт<sup>11</sup>. Именно гид определяет интересы туриста (группы туристов) и выбирает оптимальные методы и техники интерпретации этнокультурного наследия для него (них). При этом желательны аналогии с современной жизнью. Для успешного формирования этнографического туристического продукта необходима консолидация усилий местных экскурсоводов, этнологов, музееведов, искусствоведов, историков, краеведов, маркетологов, ивенторов и других специалистов. Организаторам туров следует избегать коммерциализации, а также популяризации программ за счет упрощения этнографических элементов национальной культуры.

Результаты опроса показали, что в туристической сфере Беларуси есть следующие проблемы: отсутствие подробного SWOT-анализа этнокультурных ресурсов региона, недостаточная инфраструктура, несформированность либо неотлаженная работа механизмов государственно-частного партнерства. Профессионалы отрасли также указали на необходимость инклюзивного подхода при организации экотуров. Отсутствие системности регионального планирования и целенаправленного построения локальных стратегий развития туризма, формирования и продвижения территориального бренда не позволяет максимально и эффективно охватить целевую аудиторию.

## Заключение

Таким образом, на основе опроса потенциальных туристов и интервьюирования представителей туристической индустрии проанализирован современный этап развития белорусского этнографического туризма, выявлены основные проблемы в данной сфере и возможные способы их решения, предлагаемые практиками отрасли. Исследование показало существующий запрос туристов на потребление регионального этнотурпродукта в Республике Беларусь. В качестве ведущих объектов на этапе анкетирования были определены Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта, музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий «Дудутки», Ветковский музей старобрядчества и белорусских традиций, этнокомплекс «Млын» в Заславле, музей народного творчества «Бездежский фартушок», Музей народного быта и старинных технологий в Беловежской пуще, эт-

нокомплекс «Белорусская этнографическая деревня XIX века» в Буйничах и др., в глубинных интервью в Мотольский краеведческий музей и музей народного творчества «Бездежский фартушок» были названы ведущими туристическими объектами. Это позволяет сделать вывод о том, что реализация этнографического туристического продукта является максимально эффективной на специализированных объектах.

Также были выявлены компоненты этнографического тура, пользующиеся наибольшим спросом у туристов, – гастрономический, событийный, крафтовый и др. При этом основное внимание туристов привлекает этнокультурное наследие конкретной дестинации, представленное ее жителями в аутентичном варианте. Кроме того, комплексная презентация этнокультурного наследия должна быть актуальной, интерактивной, оригинальной и доступной

<sup>10</sup>Арх. Ин-та искусствоведения, этнографии и фольклора имени Кондрата Крапивы. Ф. 6. Оп. 14. Д. 265. С. 35.

<sup>11</sup>Там же. С. 10.

для всех категорий туристов, что может обеспечить только опытный гид. Профессиональный экскурсовод, обладающий навыками корректной интерпретации этнокультурного наследия, оптимально сочетает необходимые компоненты этнографического туристического продукта и обеспечивает их эффективную подачу.

В условиях эпидемиологической нестабильности расширение интерактивных экскурсионных программ путем увеличения актуализации этнографических туров является ведущим фактором развития внутреннего туризма в Республике Беларусь. Совершенствование содержания экскурсий с при-

менением современных технологий и участие туристов в народных праздниках и обрядах, их обучение традиционным ремеслам и промыслам, а также дегустация блюд и напитков национальной кухни становятся необходимыми компонентами этнографического тура. Преодоление проблем с кадрами, инфраструктурой, ограниченным предложением услуг должно иметь комплексное решение. В условиях возрастающей эмоциональной ценности путешествия приоритет в развитии этнографического туризма должен отдаваться региональным стратегиям и дифференциации безопасного и инклюзивного этнотуристического продукта.

### Библиографические ссылки

1. Гайдукевич ЛМ, Мозговая ОС, Кучерова Я. *Региональное планирование развития туризма*. Минск: БГЭУ; 2010. 286 с.
2. Гайдукевич ЛМ, Решетников ДГ, Хухлындина ЛМ, Боровко МВ, Клицунова ВА, Борисенко НМ. *Культурно-историческое и природное наследие Беларуси: теория и практика использования в туризме*. Минск: Четыре четверти; 2013. 348 с.
3. Вярцінская ТС, Каштэлян ІС, Пахоменка АМ, Пчолкіна ОС, Хансэн І, Шпакоўская НГ і інш. *Гісторыя і культура ў сельскім развіцці = История и культура в сельском развитии*. Малініна ММ, рэдактар. Мінск: Прапілеі; 2014. 200 с.
4. Клицунова ВА. *Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений*. 2-е издание. Минск: Четыре четверти; 2021. 220 с.
5. Локотко АИ. *Маршруты белорусского туризма: историко-культурные ландшафты Беларуси*. Минск: Беларуская навука; 2018. 319 с.
6. Новгородский ТА, Олюнина ИВ, редакторы. *Современная туристическая индустрия: актуальные проблемы и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции; 24–25 мая 2018 г.; Минск, Беларусь*. Минск: БГУ; 2018. 162 с.
7. Гайдукевич ЛМ, Давыденко ЛН, Решетникова АН, редакторы. *Современные тенденции развития международного туризма в мире и Республике Беларусь в условиях глобализации: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию основания кафедры международного туризма факультета международных отношений Белорусского государственного университета; 12 октября 2018 г.; Минск, Беларусь*. Минск: БГУ; 2018. 291 с.
8. Тарасёнок АИ. Эффекты стратегического планирования развития дестинаций экологического туризма (на примере Брестской и Гродненской областей). *Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 5. Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія*. 2016;1:77–83.
9. Тарасёнок АИ, Дедок ВМ, Малеронок ВМ. Элементы новой экономики в сфере туризма: кластеры и информационные технологии. *Новая экономика*. 2020;75(1):212–219.
10. Олюнина ИВ. Стратегия устойчивого развития территории как основа концепции развития этнографического туризма Беларуси. В: Локотка АИ, рэдактар. *Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі. Выпуск 32*. Мінск: Права і эканоміка; 2022. с. 544–551.
11. Кириенко ЕГ, Решетников ДГ, Тарасёнок АИ, Сасим ЛВ, Блищ ВЛ, Гончарук НА и др. *Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь: современные тенденции и вызовы*. Кириенко ЕГ, Решетников ДГ, редакторы. Минск: Ковчег; 2018. 400 с.
12. Портной МП, редактор. *Материалы I Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты»; 28 сентября 2021 г.; Минск, Беларусь*. Минск: А. Н. Варахсин; 2021. 412 с.
13. Демьянов С. Негативные последствия COVID-19 для белорусского туризма. В: Воронович И, редактор. *Материалы II Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты»; 28 сентября 2022 г.; Минск, Беларусь*. Минск: Колорград; 2022. 208–212 с.
14. Демьянов С. Негативные последствия пандемии COVID-19 для белорусского туристического рынка. *Туризм и гостеприимство*. 2020;2:64–69.
15. Демьянов С. Туристический рынок Республики Беларусь – 2021: вызовы и проблемы. *Туризм и гостеприимство*. 2021;1:3–8.
16. Гулый ФА, Данильчук ДИ, Ильин ОИ, Филиппов АА. *Белорусский туризм в условиях глобальной эпидемиологической угрозы: анализ ситуации и пути восстановления отрасли*. Минск: ИВЦ Минфина; 2021. 188 с.
17. Олюнина ИВ. Роль этнографического туризма в функционировании туристической дестинации. В: Локотка АИ, рэдактар. *Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі. Выпуск 25*. Мінск: Права і эканоміка; 2018. с. 298–304.
18. Тарасёнок АИ, Мозговая ОС, Гайдукевич ЛМ, Чернозипунников ИН, Хомич СА, Аношко ЯИ и др. *Стратегия устойчивого развития экологического туризма в Беларуси*. Гайдукевич ЛМ, Хомич СА, редакторы. Минск: БГУ; 2008. 351 с.
19. Наваградскі ТА. *Эвалюцыя традыцый харчавання беларусаў у XIX–XX стст.* Мінск: БДУ; 2015. 243 с.
20. Тарасёнок АИ, Кабушкин НИ, Горбылева ЗМ, Баранова ТЕ, Траскевич АГ. *Инновационные инструменты продвижения туристических услуг Республики Беларусь*. Минск: БГЭУ; 2011. 254 с.
21. Олюнина ИВ. *Виды туристической деятельности в Республике Беларусь*. Минск: БГУ, 2021. 105 с. 1 CD-ROM: 4,33 Мб.



## References

- Gaidukevich LM, Mozgovaya OS, Kucherova Ya. *Regional'noe planirovanie razvitiya turizma* [Regional tourism development planning]. Minsk: Belarus State Economic University; 2010. 286 p. Russian.
- Gaidukevich LM, Reshetnikov DG, Khukhlyndina LM, Borovko MV, Klitsunova VA, Borisenko NM. *Kul'turno-istoricheskoe i prirodnoe nasledie Belarusi: teoriya i praktika ispol'zovaniya v turizme* [Cultural, historical and natural heritage of Belarus: theory and practice of use in tourism]. Minsk: Chetyre chetverti; 2013. 348 p. Russian.
- Vjarcinskaja TS, Kashtieljan IS, Pahomenka AM, Pcholkina OS, Hansjen I, Shpakovskaja NG, et al. [History and culture in rural development]. Malinina MM, editor. Minsk: Prapilei; 2014. 200 p. Belarusian, Russian.
- Klitsunova VA. *Interpretatsiya naslediya v turizme. Novye podkhody v epokhu ekonomiki vpechatlenii* [Interpretation of heritage in tourism. New approaches in the era of the experience economy]. 2<sup>nd</sup> edition. Minsk: Chetyre chetverti; 2021. 220 p. Russian.
- Lokotko AI. *Marshruty belorusskogo turizma: istoriko-kul'turnye landshafty Belarusi* [Routes of Belarusian tourism: historical and cultural landscapes of Belarus]. Minsk: Belaruskaja navuka; 2018. 319 p. Russian.
- Novogrodskii TA, Olunina IV, editors. *Sovremennaya turistskaya industriya: aktual'nye problemy i perspektivy razvitiya: materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii; 24–25 maya 2018 g.; Minsk, Belarus'* [Modern tourism industry: current problems and development prospects: materials of the International scientific and practical conference; 2018 May 24–25; Minsk, Belarus]. Minsk: Belarusian State University; 2018. 162 p. Russian.
- Gaidukevich LM, Davydenko LN, Reshetnikova AN, editors. *Sovremennye tendentsii razvitiya mezhdunarodnogo turizma v mire i Respublike Belarus' v usloviyakh globalizatsii: materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posvyashchennoi 20-letiyu osnovaniya kafedry mezhdunarodnogo turizma fakul'teta mezhdunarodnykh otnoshenii Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta; 12 oktyabrya 2018 g.; Minsk, Belarus'* [Current trends in the development of international tourism in the world and the Republic of Belarus in the context of globalisation: materials of the International scientific and practical conference dedicated to the 20<sup>th</sup> anniversary of the founding of the department of international tourism of the faculty of international relations of the Belarusian State University; 2018 October 12; Minsk, Belarus]. Minsk: Belarusian State University; 2018. 291 p. Russian.
- Tarasionak AI. The effects of ecotourism destinations' strategic planning (case of Brest and Grodno regions). *Vesnik of Yanka Kupala State University of Grodno. Series 5: Economics. Sociology. Biology.* 2016;1:77–83. Russian.
- Tarasionak AI, Dedok VM, Maleronok VM. [Elements of the new economy in the field of tourism: clusters and information technologies]. *Novaya ekonomika.* 2020;75(1):212–219. Russian.
- Olunina IV. The strategy of sustainable development of the territory as a basis for the concept of development of ethnographic tourism in Belarus. In: Lakotka AI, editor. *Pytanni mastactvaznavstva, jetnologii i fal'klarystyki. Vypusk 32* [Trials of craftsmanship, ethnology and folklore. Issue 32]. Minsk: Prava i ekanomika; 2022. p. 544–551. Russian.
- Kiriyenko EG, Reshetnikov DG, Tarasionak AI, Sasim LV, Blishch VL, Goncharuk NA, et al. *Konkurentosposobnost' turistskogo kompleksa Respubliki Belarus': sovremennye tendentsii i vyzovy* [Competitiveness of the tourist complex of the Republic of Belarus: current trends and challenges]. Kiriyenko EG, Reshetnikov DG, editors. Minsk: Kovcheg; 2018. 400 p. Russian.
- Portnoi MP, editor. *Materialy I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Perspektivy razvitiya turizma v sovremennykh usloviyakh: mirovye tendentsii i regional'nye konteksty»; 28 sentyabrya 2021 g.; Minsk, Belarus'* [Materials of the 1<sup>st</sup> International scientific and practical conference «Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts»; 2021 September 28; Minsk, Belarus]. Minsk: A. N. Varaksin; 2021. 412 p. Russian.
- Demyanov S. [Negative impact of the COVID-19 on the Belarusian tourism]. In: Voronovich I, editor. *Materialy II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Perspektivy razvitiya turizma v sovremennykh usloviyakh: mirovye tendentsii i regional'nye konteksty»; 28 sentyabrya 2022 g.; Minsk, Belarus'* [Materials of the 2<sup>nd</sup> International scientific and practical conference «Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts»]. Minsk: Kolorgrad; 2022. 208–212 p. Russian.
- Demyanov S. Negative impact of the COVID-19 pandemic on the Belarusian tourism market. *Turizm i gostepriimstvo.* 2020;2:64–69. Russian.
- Demyanov S. Tourist market of the Republic of Belarus – 2021: challenges and problems. *Turizm i gostepriimstvo.* 2021;1:3–8. Russian.
- Gulyi FA, Danil'chuk DI, Il'in OI, Philippov AA. *Belorusskii turizm v usloviyakh global'noi epidemiologicheskoi ugrozy: analiz situatsii i puti vosstanovleniya otrasli* [Belarusian tourism in the context of a global epidemiological threat: analysis of the situation and ways to restore the industry]. Minsk: Information Center of the Ministry of Finance; 2021. 188 p. Russian.
- Olunina IV. [The role of ethnographic tourism in the functioning of a tourist destination]. In: Lakotka AI, editor. *Pytanni mastactvaznavstva, jetnologii i fal'klarystyki. Vypusk 25* [Trials of craftsmanship, ethnology and folklore. Issue 25]. Minsk: Prava i ekanomika; 2018. p. 298–304. Russian.
- Tarasionak AI, Mozgovaya OS, Gaidukevich LM, Chernozipunnikov IN, Khomich SA, Anoshko YaI, et al. *Strategiya us-toichivogo razvitiya ekologicheskogo turizma v Belarusi* [Strategy for sustainable development of ecological tourism in Belarus]. Gaidukevich LM, Khomich SA, editors. Minsk: Belarusian State University; 2008. 351 p. Russian.
- Navagrodskii TA. *Jevaljucyja tradycyj harchavannja belarusaw u XIX–XX stst.* [Evolution of the traditional food for Belarusians at the 19<sup>th</sup>–20<sup>th</sup> centuries]. Minsk: Belarusian State University; 2015. 243 p. Belarusian.
- Tarasionak AI, Kabushkin NI, Gorbyleva ZM, Baranova TE, Traskevich AG. *Innovatsionnye instrumenty prodvizheniya turistskikh uslug Respubliki Belarus'* [Innovative tools for promoting tourism services in the Republic of Belarus]. Minsk: Belarus State Economic University; 2011. 254 p. Russian.
- Olunina IV. *Vidy turistskikh deyatelnosti v Respublike Belarus'* [Types of tourism activities in the Republic of Belarus]. Minsk: Belarusian State University; 2021. 105 p. 1 CD-ROM: 4,33 Mb. Russian.