

Государственное учреждение  
«Национальное агентство по туризму»

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ:  
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
И РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ**

**МАТЕРИАЛЫ IV МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Минск, 27 сентября 2024 г.

Минск  
«Колорград»  
2024

УДК [379.83/.84+796.5](082)

ББК 75.81я43

П27

Редакционная коллегия:

директор Департамента по туризму Министерства спорта и туризма

Республики Беларусь, кандидат культурологии, доцент

*Ирина Николаевна Воронович* (председатель);

академик-секретарь Отделения гуманитарных наук и искусств

Национальной академии наук Беларуси, доктор исторических наук,

профессор *Александр Александрович Коваленя*;

директор Института истории Национальной академии наук Беларуси,

кандидат исторических наук, доцент *Вадим Леонидович Лакиза*;

проректор по научной работе учреждения образования

«Белорусский государственный университет культуры и искусств»,

кандидат искусствоведения, доцент *Елена Евгеньевна Корсакова*;

ректор учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», доктор экономических наук, доцент *Сергей Борисович Репкин*;

заведующий кафедрой международного туризма Белорусского государственного

университета, доктор исторических наук *Леонид Михайлович Гайдукевич*;

директор государственного учреждения «Национальное агентство по туризму»,

кандидат исторических наук *Дмитрий Викторович Морозов*;

заместитель директора государственного учреждения

«Национальное агентство по туризму» *Анна Николаевна Воцинчук*

**Перспективы развития туризма в современных условиях:**

П27 мировые тенденции и региональные контексты : материалы  
IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 27 сент. 2024 г. / На-  
циональное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович  
(предс.) [и др.]. – Минск : Колорград, 2024. – 539 с.

ISBN 978-985-896-855-7.

В сборнике представлены материалы докладов участников конференции по вопросам развития международного и трансграничного туризма, внутреннего и въездного туризма в современных условиях, нормативно-правового регулирования туристической деятельности, использования потенциала историко-культурного наследия в туризме, подготовки кадров в сфере туризма, развития видов туризма и практик экскурсионной работы.

Материалы предназначены для представителей туристической сферы, преподавателей туристических дисциплин, аспирантов, магистрантов, студентов учреждений высшего образования, экскурсоводов, гидов-переводчиков и всех, кто интересуется вопросами развития туризма.

УДК [379.83/.84+796.5](082)

ББК 75.81я43

ISBN 978-985-896-855-7

© ГУ «Национальное  
агентство по туризму», 2024

© Оформление.

ООО «Колорград», 2024

# СОДЕРЖАНИЕ

## ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Д. У. Філіпчык**

РАЗМЯЩЭННЕ ЁСТАНОЎ КУЛЬТУРЫ Ё СЯДЗІБНА-  
ПАРКАВЫХ КОМПЛЕКСАХ ЯК СРОДАК ПАВЫШЭННЯ  
ІХ ТУРЫСТЫЧНАЙ ДАСТУПНАСЦІ  
І АТРАКТЫЎНАСЦІ ..... 13

**Б. Н. Ковалёв**

ВОСПОМИНАНИЯ ПАРТИЗАН В СМИ КАК ИСТОЧНИК  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ МАРШРУТОВ ПОКЛОННОГО  
ТУРИЗМА ..... 20

**Л. В. Комаровская**

ПОТЕНЦИАЛ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ  
НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ БЕЛАРУСИ  
(К 80-ЛЕТИЮ ОСВОБОЖДЕНИЯ БЕЛАРУСИ  
ОТ НЕМЕЦКО-ФАШИСТСКИХ ЗАХВАТЧИКОВ) ..... 30

**М. А. Міхайлец**

ІНСІТНАЕ МАСТАЦТВА І МАЛЯВАНКА  
ПАСТАЎШЧЫНЫ: ПРАБЛЕМЫ ЗАХАВАННЯ  
І ВЫКАРЫСТАННЯ ВАЧЫМА НОСЬБІТАЎ ..... 37

**В. І. Мазалеўскі**

АЛІМПІЯДА ПА ГІСТОРЫІ І КУЛЬТУРЫ НЯСВІЖА  
«МОЙ ГОРАД – МАЯ ЛЮБОЎ» ЯК АДНА З ФОРМ  
ПАПУЛЯРЫЗАЦЫІ ГІСТОРЫКА-КУЛЬТУРНАЙ  
СПАДЧЫНЫ Ё ТУРЫСТЫЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ ..... 48

**И. В. Олюнина**

ЭТНОКУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ Г. ПОСТАВЫ  
(ПО МАТЕРИАЛАМ ЭТНОГРАФИЧЕСКОЙ ЭКСПЕДИЦИИ  
2024 ГОДА СОТРУДНИКОВ И СТУДЕНТОВ  
ИСТОРИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА БЕЛОРУССКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА) ..... 60

**А. Д. Панько**  
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ И ПРИРОДНОЕ НАСЛЕДИЕ  
ПРУЖАНСКОГО РАЙОНА КАК ОСНОВА ДЛЯ СОЗДАНИЯ  
НОВОЙ ОБЗОРНОЙ ЭКСКУРСИИ..... 67

**Д. В. Скварчэўскі**  
АБРАДЫ І ЗВЫЧАІ СВЯТА ПЯТРОК У ВЁСЦЫ  
ШЫПЛАВІЧЫ ЛЮБАНСКАГА РАЁНА: ТУРЫСТЫЧНЫ  
ПАТЭНЦЫЯЛ..... 74

**А. П. Строкач**  
КАРТА-КАТАЛОГ БРУКАВАНАК БЕЛАРУСІ  
ЯК ПРАКТЫЧНЫ ДАПАМОЖНИК ДЛЯ ТУРЫСТЫЧНАГА  
ПАДАРОЖЖА ПА БЕЛАРУСІ ..... 80

**С. М. Токарчук, К. А. Поливач, Е. А. Цибульский**  
ГИС-КАРТОГРАФИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ  
ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ В ГОРОДАХ БЕЛАРУСІ  
ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПАТРИОТИЧЕСКОГО  
ТУРИЗМА ..... 87

**Д. М. Манкевич**  
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ИСТОРИКО-  
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КОРЕЛИЧСКОГО РАЙОНА  
ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ  
УСАДЬБЫ «МАМИНЫ КРЫНКИ»..... 97

## **ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА**

**Г. Н. Ходор**  
О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УЧЕТА И ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ  
ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В КОНТЕКСТЕ ЕДИНОЙ  
КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ  
БЕЛАРУСЬ..... 109

**И. Н. Воронович**  
ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
РАЗВИТИЯ..... 125

8. «Крестьяне со своего воза должны были скинуть 3 камня». Брусчатка: как ее выкладывал Купала и где сохранилась в Минске [Электронный ресурс] // Телекомпания «Столичное телевидение». – Режим доступа: <http://www.ctv.by/krestyane-so-svoego-voza-dolzny-byli-skinut-3-kamnya-kak-vykladyvalas-i-gde-v-minske-sohranilas>. – Дата доступа: 20.01.2023.

9. Возвращение тринки : [при реконструкции улиц г. Бреста обнаружено старое дорожное покрытие – тринка. Будет сохранено] // Заря. – 2016. – 30 июня. – С. 4

10. EuroVelo-2 «Маршрут столиц» [Электронный ресурс] // Сайт международного велосипедного маршрута. – Режим доступа: <https://eurovelo.by/portfolio/%D0%BB%D1%8B%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE/#14/52.8555/24.6144/>. – Дата доступа: 18.06.2024.

УДК 930:002.6+379.85

## **ГИС-КАРТОГРАФИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ В ГОРОДАХ БЕЛАРУСИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

**С. М. Токарчук<sup>1</sup>, К. А. Поливач<sup>2</sup>, Е. А. Цибульский<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»,  
бульв. Космонавтов, 21, 224016, г. Брест, Беларусь,  
[svetlana.m.tokarchuk@gmail.com](mailto:svetlana.m.tokarchuk@gmail.com)

<sup>2</sup> ГУО «Средняя школа № 3 г. Бреста», бульв. Космонавтов, 60,  
224016, г. Брест, Беларусь, [kseychik@bk.ru](mailto:kseychik@bk.ru)

<sup>3</sup> Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»,  
бульв. Космонавтов, 21, 224016, г. Брест, Беларусь,  
[jahor.cybulski@gmail.com](mailto:jahor.cybulski@gmail.com)

**Аннотация.** В работе рассматриваются возможности использования географических информационных технологий для создания интерактивных каталогов объектов исторической памяти в городах

Беларуси. В качестве туристических ресурсов предлагается использовать четыре вида ресурсов (объектов): историко-культурные достопримечательности, топонимы, персоналии, события и мероприятия.

**Ключевые слова:** патриотический туризм, ГИС, интерактивный каталог, историческая память, городской туризм.

**Образец цитирования:** Токарчук, С. М. ГИС-картографирование объектов исторической памяти в городах Беларуси для развития патриотического туризма / С. М. Токарчук, К. А. Поливач, Е. А. Цибульский // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 27 сент. 2024 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2024. – С. 87–97.

## GIS MAPPING OF OBJECTS OF HISTORICAL MEMORY IN CITIES OF BELARUS FOR THE DEVELOPMENT OF PATRIOTIC TOURISM

S. Tokarchuk<sup>1</sup>, K. Polivach<sup>2</sup>, E. Cybulski<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Brest State University named after A. S. Pushkin, Blvd. Kosmonavtov, 21, 224016, Brest, Belarus

<sup>2</sup>State Educational Institution “Secondary School № 3 of Brest”, Blvd. Kosmonavtov, 60, 224016, Brest, Belarus

<sup>3</sup>Brest State University named after A. S. Pushkin, Blvd. Kosmonavtov, 21, 224016, Brest, Belarus

Corresponding author: S. Tokarchuk (svetlana.m.tokarchuk@gmail.com)

**Annotation.** The paper examines the possibilities of using geographic information technologies to create interactive catalogs of objects of historical memory in the cities of Belarus. It is proposed to use four types of resources (objects) as tourist resources: historical and cultural attractions, toponyms, personalities, events and activities.

**Keywords:** patriotic tourism, GIS, interactive catalogue, historical memory, urban tourism.

**For citation:** Tokarchuk, S. GIS mapping of objects of historical memory in the cities of Belarus for the development of patriotic tourism /

S. Tokarchuk, K. Polivach, E. Cybulski // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the IV Int. sci.-pract. conf., Minsk, 27 Sept. 2024 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2024. – P. 87–97.

**Введение.** Городская среда, в пределах которой в настоящее время проживает большая часть населения любой страны (в Беларуси почти 80 %), является своеобразным «местом памяти».

Город – эта та территория, где сохраняются «следы» разных исторических периодов (например, разновременная застройка), событий (памятники, музеи и др.) и персон (названия улиц и др.). Исторические объекты и «места» города являются основой для развития патриотического туризма. Значительную роль в данном направлении могут сыграть облачные картографические технологии, которые позволят систематизировать и отобразить на карте сведения об объектах патриотического туризма. Картографирование исторических объектов может проводиться путем создания различных видов веб-продуктов (виртуальных экскурсий, электронных атласов, информационно-аналитических систем и др.), которые будут содействовать распространению данных об исторических событиях, сохранению памяти об известных исторических персонах, а также развитию туристического потенциала территорий.

Цель работы – с использованием облачных технологий разработать и апробировать на примере разных типов городов Беларуси алгоритмы веб-картографирования объектов исторической памяти (памятников, зданий и сооружений, наименований элементов улично-дорожной сети города) для развития патриотического туризма.

Для достижения цели предполагается решить следующие задачи:

1) разработать концепцию применения облачных технологий для целей веб-картографирования исторических памятников, урбанонимов и архитектурных объектов на примере разных типов городов (крупного, среднего, малого);

2) выполнить веб-инвентаризацию разных типов объектов исторической памяти (памятников, зданий и сооружений, урбанонимов) путем создания интерактивных каталогов, размещенных в сети Интернет;

3) подготовить серии картографических веб-продуктов (виртуальных экскурсий, электронных атласов, информационно-аналитических

систем и др.), предназначенных для сбора, хранения и отображения данных об объектах исторической памяти в пилотных городах;

4) показать возможности практического использования созданных картографических веб-продуктов на примере развития патриотического туризма в пилотных городах.

Данный проект выполнялся на примере нескольких пилотных городов, разных по типу и статусу. Во-первых, это крупные города, являющиеся областными центрами (Брест, Гродно), средний город (Кобрин), малый город (Жабинка).

**Патриотический туризм как вид туризма впечатлений.** Патриотический туризм – одно из наиболее востребованных направлений в современном туризме. В то же время, при развитии данного вида туризма в настоящее время следует уделять больше внимания современным подходам и технологиям, а также весьма перспективным представляется рассматривать патриотический туризм как вид туризма впечатлений [1, 3].

Впервые термин «экономика впечатлений» был введен в 1999 г. Джозефом Б. Пайном и Джеймсом Х. Гилмором [2]. В книге «Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена» авторы повествуют о зарождении новой экономики – экономики впечатлений, которая направлена на эмоции и ощущения потребителей. В своей работе авторы дают следующее определение: «Впечатления – это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров». Они раскрывают отношения между производителем и потребителем и утверждают, что они сформированы не в полной мере, т. к. производитель – это режиссер впечатлений, а клиент – «зритель».

Важнейшим посылом современного потребителя туристско-экскурсионных услуг является: «Вкладывайте деньги в воспоминания». И от объема полученных туристом впечатлений, их соответствия заранее сформированным ожиданиям, теперь зависит успешность того или иного тура или экскурсии. Именно этот фактор формирует лояльность клиента, обеспечивает расширенное воспроизводство в отрасли.

Считается, что туризм впечатлений возник как реакция на рост числа туристов, которые испытывают острую потребность в более активном участии в знакомстве с культурно-историческими, природными и иными достопримечательностями на основе вовлечения

в процесс восприятия и осмысления культурного и природного материала. Таким туристам крайне недостаточно «смотреть и слушать», а также приобретать готовую информацию «из вторых рук», они ищут возможность самим формировать важность и значимость посещаемых достопримечательностей. Таким образом, происходит личностное эмпирическое восприятие окружающей среды, а сам турист будет получать удовольствие от самого процесса. Иначе говоря, получение впечатлений представляет собой интерактивный процесс деятельности туриста и воздействия на него, а его результатом является осмысление туристского опыта в определенных контекстах жизни самого туриста, оформленное субъективными реакциями, наполненное удовольствием, символическими значениями и эстетическими оценками.

**Геоинформационные технологии как инструмент развития патриотического туризма.** В то же время развитие туризма впечатлений практически невозможно без использования современных информационных технологий. А так как для экономики впечатлений самой важной составляющей процесса потребления является «место впечатлений», то основными перспективными направлениями для развития туризма является применение географических информационных технологий, в первую очередь, облачных картографических платформ.

Современные информационные технологии являются определенной концепцией работы с информацией и определяются рядом особенностей. В первую очередь, они характеризуются сочетанием текстового и иллюстративного представления информации, мгновенным отображением вносимых в веб-продукт изменений, неограниченным числом потребителей информации (при наличии, в то же время, возможности создателю продукта задавать особые условия для доступа к публикуемой информации), практически бесплатной доставкой и тиражированием контента и др.

Для популяризации и развития туризма впечатлений предлагается создавать интерактивные инвентаризационные каталоги.

Интерактивные каталоги – это информационные системы, состоящие из тематических разделов, позволяющих объединить иллюстрации и текстовую часть с интерактивной картой. Информация в веб-каталоге представлена в четкой иерархически структурированной форме.

**Ресурсы (объекты) патриотического туризма.** Если рассматривать туризм впечатлений как новое направление туризма, то необходим

поиск не только определенных подходов, но и объектов (ресурсов) для развития туризма. В том числе тех, которые присутствуют на городских территориях. Это могут быть как традиционные виды ресурсов (исторические или культурные памятники), так и оригинальные объекты. Также следует уделить значимое внимание стандартным объектам и явлениям, которые есть на любой, даже самой незначительной по площади территории, но которые можно при определенном подходе или ракурсе использовать для организации туристической деятельности. Таким образом, в данной работе в качестве туристических ресурсов на базе которых основывается развитие туризма впечатлений на городских территориях предлагается использовать четыре вида ресурсов (объектов): историко-культурные достопримечательности, топонимы, персоналии, события и мероприятия.

Историко-культурные достопримечательности являются крайне значимыми туристическими объектами. На их основе базируется не только патриотический, но и культурный, исторический, познавательный и другие виды туризма. Для продвижения туризма впечатлений можно использовать как всю совокупность историко-культурных достопримечательностей территории, так и их отдельные категории (памятники, исторические здания, культовые объекты и др.), виды (архитектурные, исторические, градостроительные и др.), подвиды (памятники Великой Отечественной войны, советские памятники и др.) и т. д.

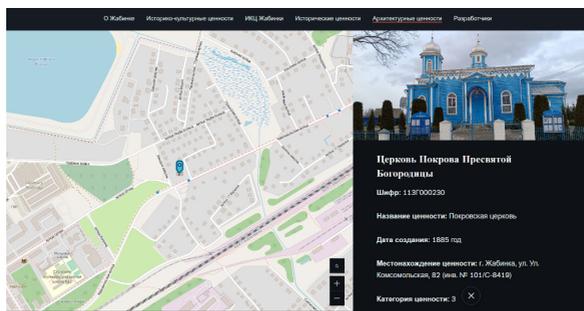
В первую очередь, для городских территорий в качестве туристических объектов можно использовать *историко-культурные ценности*. Они являются важной составляющей туристического потенциала любого региона, пользуются большой популярностью у туристов, а также выступают как самостоятельными объектами туристических посещений, так и могут входить в туристические маршруты и экскурсии.

Историко-культурные ценности – это материальные объекты (материальные историко-культурные ценности) и нематериальные проявления творчества человека (нематериальные историко-культурные ценности), имеющие выдающиеся духовные, художественные и (или) документальные достоинства и которым придан статус историко-культурной ценности.

При развитии патриотического туризма могут использоваться как материальные, так и нематериальные историко-культурные ценности. Материальные историко-культурные ценности подразделяются на 7 видов: памятники градостроительства; археологии; архитектуры; документальные памятники; памятники искусства; истории;

заповедные места. Это дает возможность развивать отдельные виды туризма. В то же время, в пределах локальных территорий чаще всего таких объектов не слишком много, таким образом, приходится использовать их все в туристической деятельности.

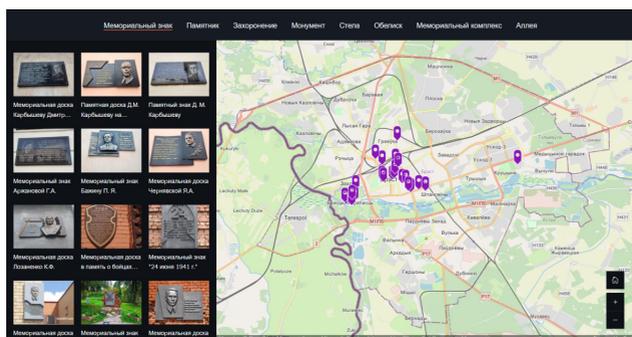
Например, для территории Жабинки был создан веб-каталог «Историко-культурные ценности Жабинки» (рис. 1). Созданное веб-приложение объединяет разные типы представления информации. Наиболее значимым компонентом является текст. Текстовый материал выполняет несколько функций. Во-первых, это описательная функция, информационно-справочная функция, пояснительная функция. Наиболее интересными информационными элементами веб-приложения являются карта и тур по карте. Карты имеют важное значение для приложения, т. к. отсутствие картографических материалов и привязки информации об объектах к карте является основным недостатком большинства существующих материалов по данной тематике. Изображения также занимают значительное место в пределах созданного картографического веб-приложения. Они представлены в виде фотографий, схем, скринов документов, рисунков и др. Наиболее часто в пределах приложения встречаются фотографии.



**Рис. 1. Веб-каталог «Историко-культурные ценности Жабинки» (раздел «Архитектурные ценности»)**

Среди других типов историко-культурных достопримечательностей для развития туризма впечатлений можно использовать *памятники отдельных исторических периодов*, в первую очередь памятники Великой Отечественной войны, т. к. они встречаются на любой, даже самой маленькой по площади территории.

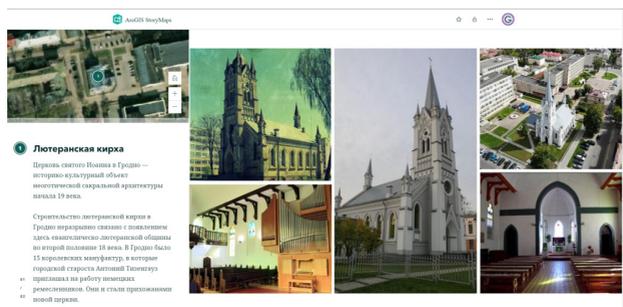
Так для территории городов Брест, Кобрин, Гродно были созданы каталоги «Памятники Великой Отечественной войны». Например, в интерактивном каталоге «Памятники Великой Отечественной войны города Бреста» выделено восемь структурных разделов, связанных с типизацией памятников согласно их виду: «Мемориальный знак» (рис. 2), «Памятник», «Захоронение», «Монумент», «Стела», «Обелиск», «Мемориальный комплекс», «Аллея». Для каждого объекта в созданном веб-приложении собрана и систематизирована конкретная информация: (1) точное местоположение памятника на карте (местоположение наносилось согласно данным полевых исследований и их достоверно правильному местоположению; например, мемориальные знаки наносились не только на необходимое здание, но и на абсолютно точную его стену и ее часть; (2) фотография памятника (все фотографии в каталоге являются авторскими; (3) каждый памятник сопровождается названием и текстовым описанием.



**Рис. 2. Интерактивный каталог «Памятники Великой Отечественной войны города Бреста» (вкладка «Мемориальные знаки»)**

Также большое значение для развития патриотического туризма имеют *культурные объекты* (церкви, костелы, монастыри и др.). В качестве примера можно привести интерактивный каталог «*Культурные объекты города Гродно*», который выполнен с использованием такого веб-шаблона, который позволяет представить карту местоположения объекта в малом окне (в данном случае использовался космический снимок в виде базовой карты, т. к. при значительном приближении можно увидеть собственно объект), его описание в небольшом

текстовом поле, а в основном большом окне представлено изображение. Т. к. для изображения отводится большое поле был использован фотографический коллаж, а не отдельные фотографии (рис. 3).



**Рис. 3. Интерактивный каталог «Культовые объекты города Жабинка»**

**Топонимы.** Для любой территории, особенно маленькой, интересным объектом для развития туризма могут выступать микротопонимы (собственные названия). Топонимы, которые используются для обозначения названий элементов улично-дорожной сети в пределах городской территории, называют урбанонимами. Изучение разных типов урбанонимов («военных», «литературных» и др.) достаточно популярное направление в современных научных исследованиях. Их можно использовать для развития исторического или патриотического туризма. Например, «военные» урбанонимы получили широкое распространение во всех городах Беларуси после окончания Великой Отечественной войны и в настоящее время поддерживают живую связь между прошлым, настоящим и будущим. Урбанонимы, связанные с белорусскими деятелями (писателями, художниками, политиками) также могут играть значительную роль для развития патриотического туризма. Помимо урбанонимов, названных в честь известных личностей, для развития патриотического туризма можно использовать другие группы урбанонимов. Например, для города Бреста были созданы ГИС-каталоги «*Войсковые урбанонимы*» (улица Брестских дивизий (рис. 4), Советских пограничников и др.), «*Исторические события в названиях улиц города*» (улицы Бородинская, Грюнвальдская, Октябрьской революции и др.), «*Социалистические названия*» (улицы Коммунистическая, Комсомольская, Советская и др.), «*Урбанонимы,*

получившие названия по наименованиям организаций» (улицы Кооперативная, Молодогвардейская и др.).

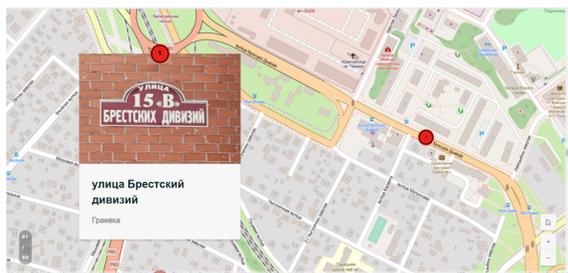


Рис. 4. Веб-каталог «Войсковые урбанонимы города Бреста»

Персоналии. Для организации туристической деятельности можно использовать известных людей, либо связанных с территорией, либо персоналии, в честь которых установлены памятники, названы улицы, скверы, парки. С использованием персоналий можно организовывать экскурсии, посещение музеев и памятных мест и т. д.

Например, для территории Жабинки создана виртуальная экскурсия «*Беларускія матывы ва ўрбанімах Жабінкi*». Виртуальный тур состоит из пяти вкладок, в частности, «Жабінка в лицах беларусов», где показаны белорусские деятели разных времен, представленные в урбанонимах города (рис. 5), а также «Белорусские писатели», в котором представлен список и местоположение восьми улиц и переулков, названных в честь семи белорусских писателей.

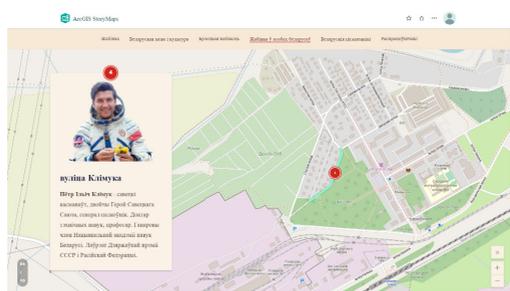


Рис. 5. Веб-каталог «Беларускія матывы ва ўрбанімах Жабінкi» (раздел «Жабінка ў асобах беларусаў»)

Таким образом, применение современных картографических об-  
лачных технологий позволит интенсифицировать процесс развития  
туризма в городах разного статуса и уровня.

### Список литературы

1. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туриз-  
ме и менеджменте : Учебное пособие / Н. А. Колодий. – 1-е изд. – Мо-  
сква : Издательство Юрайт, 2017. – 326 с.
2. Пайн, Д. Б. Экономика впечатлений : работа – это театр, а каж-  
дый бизнес – сцена / Д. Б. Пайн, Х. Д. Гилмор. – Москва : Вильямс,  
2005. – 299 с.
3. Цибульский, Е. А. Экономика впечатлений в XXI веке и ее  
перспективы / Е. А. Цибульский // VI Международный форум молодых  
управленцев : сборник материалов XXVIII Междунар. науч.-практ.  
конф. студентов и магистрантов, Минск, 23 января 2024 года. –  
Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь,  
2024. – С. 468–470.

УДК 338.486(476:510)

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КОРЕЛИЧСКОГО РАЙОНА ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ УСАДЬБЫ «МАМИНЫ КРЫНКИ»**

**Д. М. Манкевич**

Агроэкоусадьба «Мамины Крынки»,  
д. Крынки, д. 18, 231430,

Гродненская обл., Кореличский р-н, Беларусь, krinicumir@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается возможность развития  
агроэкотуризма, используя в своих лекционно-дегустационных про-  
граммах историческое и культурное наследие Кореличского района,  
на примере агроэкоусадьбы «Мамины Крынки». Показаны варианты  
популяризации этого наследия для привлечения туристов.

*Научное издание*

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ:  
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
И РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ**

Материалы IV Международной  
научно-практической конференции  
Минск, 27 сентября 2024 г.

*Доклады публикуются в авторской редакции*

Ответственный за выпуск *Е. С. Патей*  
Корректоры: *С. А. Березнюк, Е. И. Костина,*  
*Т. В. Малеева, И. В. Счеснюк, К. В. Якимец*

Подписано в печать 20.09.2024. Формат 60×84/16.  
Бумага офсетная. Печать цифровая.  
Усл. печ. л. 31,4. Уч.-изд. л. 26,2.  
Тираж 100 экз. Заказ 24878.

Издатель и полиграфическое исполнение:  
общество с ограниченной ответственностью «Колорград».  
Свидетельство о государственной регистрации  
издателя, изготовителя, распространителя печатных  
изданий № 1/471 от 28.07.2015.

Пер. Велосипедный, 5-904, 220033, Минск  
+375 17 361 91 40  
post@segment.by  
segment.by