

КАРТЫ И ГИС В ГЕОГРАФИИ

УДК 719:004.031.42

С. М. Токарчук¹, К. А. Поливач²

Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина, г. Брест, Беларусь

¹E-mail: svetlana.m.tokarchuk@mail.ru

²E-mail: ksaychik@bk.ru

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ГОРОДА ГРОДНО ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

В статье рассматривается система историко-культурных ценностей города Гродно. Исследование заключалось в разработке методики систематизации историко-культурных достопримечательностей территории с использованием ГИС-технологий. Основная цель работы — рассмотреть возможности применения историко-культурных ценностей для развития туризма впечатлений. В городе Гродно находятся 66 историко-культурных ценностей, имеющих категорию. Среди видов историко-культурных ценностей более 80 % объектов относится к архитектурным. Таким образом, наиболее перспективным направлением для Гродно является развитие исторических и архитектурных направлений туризма впечатлений.

Ключевые слова: модели туризма, культурный туризм, туризм впечатлений, историко-культурные ценности, Гродно.

Для цитирования: Токарчук С. М., Поливач К. А. Инвентаризация историко-культурных ценностей города Гродно для целей развития туризма впечатлений // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. 2022. Т. 15. № 4. С. 90–102.

S. M. Tokarchuk¹, K. A. Polivach²

Brest State University named after A. S. Pushkin, Brest, Belarus

¹E-mail: svetlana.m.tokarchuk@mail.ru

²E-mail: ksaychik@bk.ru

INVENTORY OF HISTORICAL-CULTURAL VALUES OF THE GRODNO CITY FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM OF EXPERIENCES

The article deals with the system of historical and cultural values of the city of Grodno. The study consisted in developing a methodology for systematizing the historical and cultural sights of the territory using GIS technologies. The main purpose of the work is to consider the possibilities of using historical and cultural values for the development of impression tourism. In the city of Grodno there are 66 historical and cultural values that have a category. Among the types of historical and cultural values, more than 80 % of

objects are architectural. Thus, the most promising direction for Grodno is the development of historical and architectural areas of impression tourism.

Keywords: *models of tourism, cultural tourism, impression tourism, historical and cultural values, Grodno.*

For citation: Tokarchuk S. M., Polivach K. A. (2022), Inventory of historical-cultural values of the Grodno city for the development of tourism of experiences, *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Estestvennye i fiziko-matematicheskie nauki* [Bulletin of the Pskov State University. Series “Natural and physical and mathematical sciences”], vol. 15, no. 4, pp. 90–102. (In Russ.).

Введение. Историко-культурные достопримечательности являются важной составляющей любого региона. Объекты историко-культурного наследия пользуются большой популярностью у туристов, а также выступают предметом гордости у местных жителей. Историко-культурные достопримечательности территории могут выступать как самостоятельными объектами туристских посещений, так и включаются в туристические маршруты и экскурсии. Среди историко-культурных достопримечательностей регионов в Республике Беларусь большую роль играют историко-культурные ценности.

В Республике Беларусь статус историко-культурной ценности получают объекты, в которых сочетаются два основных признака: это их высокая культурная значимость, а также юридическое признание [1]. Последнее оформляется путём включения данного объекта в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь [5]. Решение о включении объектов и данный список принимает Белорусская республиканская научно-методическая комиссия по вопросам историко-культурного наследия при Министерстве культуры Беларуси.

Согласно официальным документам, **историко-культурные ценности** — это материальные объекты (материальные историко-культурные ценности) и нематериальные проявления творчества человека (нематериальные историко-культурные ценности), которые имеют выдающиеся духовные, художественные и (или) документальные достоинства и которым придан статус историко-культурной ценности [1].

Материальные и нематериальные объекты, которые относятся к историко-культурным ценностям, имеют большое значение для развития туризма как всей страны в целом, так и её отдельных регионов (от административных областей до отдельных населённых пунктов). В Беларуси объекты историко-культурного наследия пользуются большой популярностью среди туристов, туристских групп и местных жителей. Также они играют значимую роль в исторической памяти страны и её регионов.

Как уже отмечалось выше, историко-культурные ценности подразделяют на материальные и нематериальные.

Материальные историко-культурные ценности подразделяются на следующие виды:

- 1) заповедные места;
- 2) памятники археологии;
- 3) памятники архитектуры;
- 4) памятники истории;
- 5) памятники градостроительства;
- 6) памятники искусства.

Также в реестре историко-культурных ценностей выделяется четыре категории данных объектов, они выделяются с учётом их основных свойств и обозначаются целыми числами:

«0» — объекты, которые включены или предложены для включения в список Всемирного наследия ЮНЕСКО;

«1» — уникальные объекты (художественные, эстетические, документальные и др.), которые имеют международное значение;

«2» — объекты, которые имеют республиканское значение и подчёркивают наиболее характерные особенности Беларуси;

«3» — объекты, которые представляют значимость для отдельных регионов страны и подчёркивают их характерные особенности, исторические аспекты формирования и самобытность.

Кроме того, могут быть объекты «без категории» — это те ценности, которые входят в состав, комплексов, ансамблей, коллекций и т. д., но именно им отдельно не придавался статус историко-культурной ценности.

В настоящее время изучению непосредственно историко-культурных ценностей конкретных территорий уделяется недостаточное внимание. Чаще всего их рассматривают в общем количестве историко-культурных достопримечательностей (т. е. официально признанные в Беларуси историко-культурные ценности рассматриваются в совокупности с малозначительными и недостаточно популярными объектами). Кроме того, списки подобных достопримечательностей чаще всего составляют сами исследователи, таким образом они практически всегда являются неполными либо неконкретными.

Исследование историко-культурных ценностей проводятся либо на примере всей Беларуси (чаще всего это обзорные работы, где рассматриваются особенности размещения данных объектов по территории страны либо наиболее известные объекты), а также на примере отдельных территорий, чаще всего крупных городов (областные центры) либо исторических городов.

Следует подчеркнуть, что существующий список историко-культурных ценностей Беларуси [5] является чётко структурированным с широкими возможностями поиска. В то же время, несмотря на наличие графы «Местоположение», существенной проблемой данного списка является отсутствие географической привязки на карте, что позволяет увидеть не только адрес местоположения отдельных объектов, но и особенности их размещений (т. е. рассмотреть места наибольшей концентрации историко-культурных ценностей в пределах территории, что позволит использовать их туристский потенциал наиболее полно).

Таким образом, значительную актуальность приобретают работы, направленные на инвентаризацию и создание интерактивных баз данных и карт, которые будут содержать не только сведения о самих историко-культурных ценностях (название, фотографии, описания и др.), но и его абсолютно точное местоположение на карте. Размещение таких продуктов в сети Интернет позволит содействовать поддержке принятия решений при организации планов развития креативной экономики на данной территории, а также способствовать развитию её туристского потенциала [18]. Кроме того, составление полных инвентаризационных карт привлечёт больше внимания к изучению и посещению малоизвестных и небольших историко-культурных

объектов территорий. Для выполнения данных работ необходимо использовать современные технологии, в частности возможности облачных картографических платформ.

Опыт предшественников и состояние изученности проблемы. В составе инструментария маркетинга впечатлений можно выделить две составные части: сами впечатления, благодаря которым становится возможным влиять на потребителя, а также те методы, способы и приёмы, которыми впечатления можно создавать. Таким образом, основной задачей менеджмента впечатлений в индустрии туризма должно быть управление процессом создания впечатлений, который, в свою очередь, непосредственно опирается на современные информационные технологии.

«Экономика впечатлений» — это абсолютно новое понятие, которое стало развиваться только в XXI в. Данный термин появился в книге «Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена» [14], в которой впечатления рассматривались как четвёртое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров.

Экономика впечатлений — это направление, развитием которого активно занимаются учёные разных стран мира [11]. Например, российские учёные подчеркивают, что основное отличие экономики услуг от экономики впечатления — это так называемое «место впечатлений», которое становится самой важной составляющей процесса потребления. Кроме того, у людей появляется необходимость во впечатлениях как объектах потребления [8; 19]. К основным видам впечатлений в современной литературе относят развлечения, обучение, эстетику и уход от реальности. Эти виды отличаются как по степени вовлечения, т. е. могут быть активными или пассивными, так и по типам отношений к впечатлениям (например, поглощение или погружение) [13]. Большое значение развитие экономики впечатлений приобретает в настоящее время, т. к. оно рассматривается как эпоха мобильности [2].

Туристскую отрасль можно рассматривать как одну из самых важных отраслей экономики впечатлений, т. к. для многих впечатления — это та субстанция, ради которой человек покидает свой дом и готов преодолевать любые расстояния [3; 4; 6; 9]. В отдельных исследованиях экономику впечатлений связывают с информационно-культурным пространством, окружающим человека, таким образом, большое значение приобретают исследования, направленные на изучение культурных и исторических достопримечательностей территорий. В то же время следует подчеркнуть, что сами впечатления можно получить не только при непосредственном посещении территорий, но и удалённо от них при использовании современных информационных технологий. Таким образом, в туристской отрасли большую актуальность играют работы, направленные на популяризацию историко-культурных достопримечательностей регионов с использованием информационных технологий.

Нужно отметить, что современные исследования, связанные с развитием таких направлений как «экономика впечатлений» и «туризм впечатлений», затрагивают самые разнообразные виды туризма: экстремальный, гастрономический [7], ювелирный [17] и т. д. Если рассматривать историко-культурный туризм, то это достаточно распространённое направление в самом туризме, но работы касающиеся использования историко-культурного наследия в развитии туризма впечатлений встречаются достаточно редко [16].

Также следует отметить, что современные научные публикации в данной отрасли чаще всего рассматривают теорию и методологию данного вопроса, практико-ориентированные работы, выполненные на примере отдельных направлений развития креативной экономики или конкретных территорий, встречаются не так часто.

В то же время несмотря на то, что во многих исследованиях подчёркивается региональность данных исследований, чаще всего они проводятся для крупных регионов, например, для стран [6] либо областей [7; 20]. Однако, развитие туризма впечатлений следует рассматривать с локального уровня, т. к. именно деятельность на небольшой территории (город, административный район, туристский кластер) является чёткой, конкретной и востребованной. Таким образом, значительную актуальность приобретают исследования, направленные на изучение перспективных направлений развития экономики впечатлений для конкретных локальных территорий, т. к. именно локальные территории, в первую очередь города, являются драйвером экономики впечатлений [10].

В статье Е. В. Мошняга [9] отмечается, что в настоящее время наблюдается процесс диверсификации в туризме, т. е. развитие туристского потенциала на основе самых разнообразных видов деятельности. Отмечается, что растущая диверсификация туризма распространяется не только на туристские дестинации, но и на сам туристский продукт. Также приводится специфика диверсификации видов и форм туризма, туристических маршрутов и программ, туристских услуг и др. В частности, указываются особенности диверсификации познавательного туризма (для развития которого используются историко-культурные ценности), а также собственно городского туризма.

Диверсификация культурно-познавательного туризма связана с особым вниманием к данному направлению в условиях глобализации, угрозой уничтожения и разрушения культурного наследия во многих регионах, развитием интереса к национальной идентичности, стремлением к общению с носителями других культур.

Также нужно отметить, что в настоящее время активно формируется новая форма туризма, так называемый «наследный» туризм. Данный вид туризма связан с изучением природного наследия как своей территории (страны, области города), так и других стран, а также с поиском культурного опыта стран и народов, изучение исторических особенностей различных территорий через унаследованные материальные и нематериальные артефакты культуры.

Цель работы — рассмотреть историко-культурные ценности региона как фактора развития туризма впечатлений.

Методика исследования. Данное исследование проводилось в несколько этапов.

1. Разработка методики инвентаризации историко-культурных ценностей региона с использованием ГИС-технологий.
2. Изучение распределения историко-культурных ценностей города Гродно по основным видам, категориям и периоду постройки.
3. Анализ возможностей использования системы историко-культурных ценностей Гродно для целей развития туризма впечатлений.

Источником для выполнения работы является Государственный список историко-культурных ценностей Беларуси [5], результаты собственных полевых исследований.

Объектом исследования является город Гродно. В настоящее время город занимает пятое место по численности населения в стране. Гродно — один из самых старых городов Беларуси. Согласно данным археологических исследований город был заложен в конце X в. на так называемой Замковой горе, месте впадения реки Городни в Неман, в пределах достаточно заболоченной территории. Возникновение города было связано с освоением варягами торгового пути из Балтики по Неману и далее по Припяти и Днепру к Чёрному морю [15].

Впервые Гродно упоминается в Ипатьевских летописях в 1128 г. как центр удельного княжества. В старые времена город носил разные названия: Городна, Городня, Городзень. На протяжении своей истории Гродно входил в состав многих государств: Галицко-Волынского княжества, Великого княжества Литовского, Речи Посполитой, Российской империи, СССР и теперь как центр административной области относится к Республике Беларусь. За свою многовековую историю город перенёс множество войн и разрушений. Однако несмотря на это, в Гродно находится достаточно много старых объектов (зданий, сооружений, археологические стоянки, озелененных территорий и др.).

В XII — начале XIII вв. Гродно (Городзень) находился на правом берегу Немана на территории нынешних Старого и Нового замков. Выгодное географическое положение способствовало экономическому развитию города, превращению его в ремесленно-торговый и культурный центр. В 1444 г. город получил полное магдебургское право. Во второй половине XV в. началась застройка левобережной части города. В конце того же столетия обе части города были соединены мостом на опорах. В XV–XVI вв. город развивался как культурный и политический центр. В 1560 г. в результате Люблинской Унии город вошёл в состав Речи Посполитой, а в период с 1576 по 1586 гг. Гродно являлся резиденцией короля Речи Посполитой — Стефана Батория. В XVIII в. в предместье Гродно началось строительство так называемого «идеального» города. Ансамбль данного предместья (Городницы) — это один из ранних и значительных примеров крупномасштабного строительства в истории архитектуры. Наибольшие изменения Гродно претерпел в XX в. В ранний советский период, а также во время Великой Отечественной войны город был значительно разрушен. В послевоенные годы город был достаточно быстро отстроен и приобрёл индустриальный облик [15].

Инвентаризация историко-культурных ценностей Гродно. При изучении историко-культурных ценностей Гродно был использован сервис Survey123 for ArcGIS. Это мобильное приложение, которое доступно для платформ Windows, Android и iOS. Его можно применять, чтобы собирать данные о любых объектах, заполняя формы на мобильном телефоне или планшете.

На базе данного веб-приложения был создан опрос для сбора сведений об историко-культурных ценностях города Гродно. Созданный интерактивный опрос включал серию атрибутивных полей, которые характеризуют историко-культурные ценности (категория, вид и др.), а также их местоположение (табл. 1, рис. 1).

В некоторых полях были сразу предложены варианты ответов, в частности, для типа поля «Один вариант ответа». Это позволило сократить работы, выполняемые в полевых условиях. Для заполнения других полей в составленном опросе были внесены конкретные указания, а также примеры для заполнения, что дало возможность заполнять каждую точку (историко-культурную ценность и её описание), как можно более однотипно по отношению к другим.

Состав и основное содержание интерактивного опроса
«Историко-культурные ценности города Гродно»

№	Название	Тип поля	Описание	Пример заполнения
1	Название	Однострочный текст	Полное название историко-культурной ценности	Борисоглебская (Коложская) церковь
2	Место-положение	Карта	Точное местоположение на карте	
3	Место-нахождение	Многострочный текст	Название улицы, номера здания, если необходимо какие-либо указатели	правый берег р. Неман, ул. Коложа, 6
4	Шифр	Однострочный текст	Шифр, присвоенный ценности в списке	410Г000004
5	Категория	Один вариант ответа	Категория ценности, к которой относится ИКЦ («0», «1», «2», «3»)	«0»
6	Вид	Один вариант ответа	Вид, к которому относится ценность (памятник градостроительства(Е) памятник археологии (В); памятник архитектуры (Г); памятник искусства (Ж); памятник истории (Д))	Памятник архитектуры (Г)
7	Датирование	Однострочный текст	Год или период постройки	XII в.

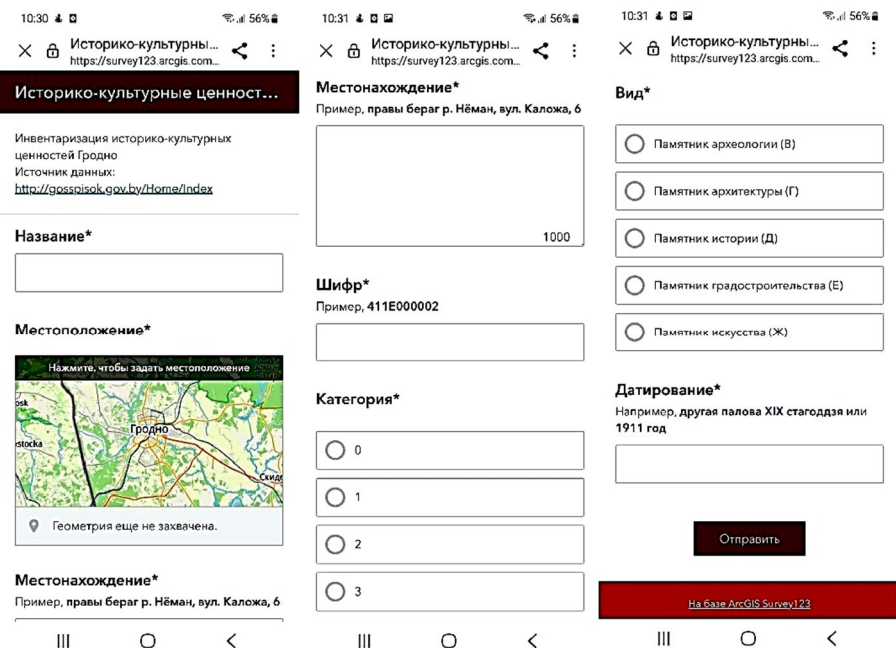


Рис. 1. Веб-форма для сбора данных «Историко-культурные ценности Гродно» (вид со смартфона)

Сбор данных осуществлялся в ходе непосредственных полевых исследований (в данном случае описание и фотографирование памятников, определение местоположения объекта и абсолютно достоверное нанесение точки на карту проводилось на местности при проведении экспедиционных экскурсий по городу), а также на основании предварительного сбора сведений об историко-культурных ценностях из различных литературных источников.

В результате заполнения опроса была реализована картографическая база данных (рис. 2).

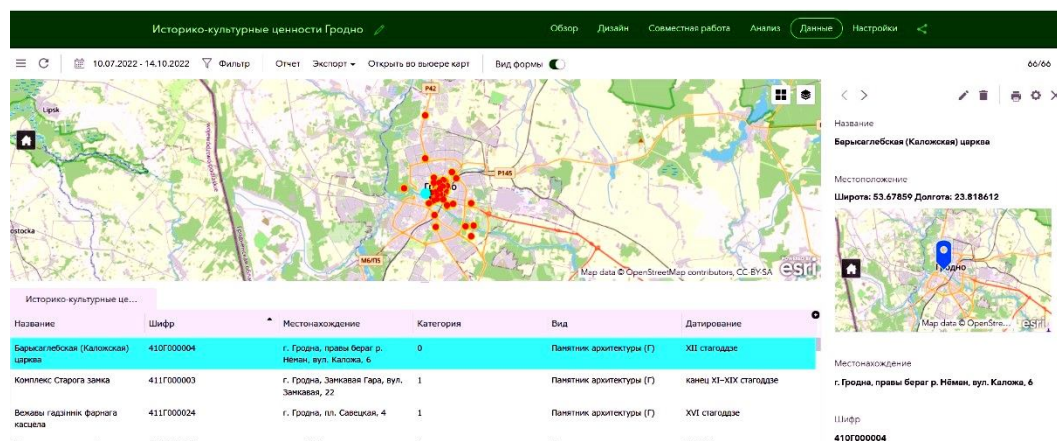


Рис. 2. Картографическая база данных «Историко-культурные ценности Гродно»

Полученная карта характеризуется рядом особенностей:

1) она имеет карту-подложку (в данном случае используется карта подложка Openstreetmap, т. к. она является подробной и качественной основой для территории городов); по желанию карту-подложку можно изменить на космический снимок с подписями, карту «Улицы», космический снимок и др.;

2) к карте привязана таблица, которая позволяет увидеть собранные сведения в единой системе, а также работать с данной картой составляя различные тематические карты;

3) для карты настроены всплывающие окна, которые позволяют при нажатии на каждый объект получить о нем полную информацию.

Оценка особенностей размещения историко-культурных ценностей Гродно для целей развития туризма впечатлений. Таким образом, в ходе камеральных и полевых исследований для территории города Гродно была собрана информация и нанесены на карту данные о 66 историко-культурных ценностях города, обозначенных категорией. Представление собранных данных в картографическом виде позволяет провести пространственный анализ распространения историко-культурных ценностей по территории города и, как следствие, разрабатывать планы использования данных объектов при развитии туризма впечатлений.

Следует отметить, что возможности анализа особенностей размещения историко-культурных ценностей по территории города, а также рассмотрения особенностей их подразделения по категориям и видам предоставляет сама программа для сбора данных Survey123 for ArcGIS. Заполненные поля таблицы позволяют в зависимости от типа поля представить результаты в разных видах: облака слов; столбчатой,

линейной или круговой диаграммы; карты с легендой. Кроме того, ко всем заполненным полям можно подключить таблицу, благодаря которой можно будет увидеть статистику по результатам инвентаризации, в частности, общее количество совпадающих ответов как в абсолютном отношении, так и в относительном.

Например, согласно облаку слов, которое было сформировано при заполнении поля «Название» (рис. 3) наиболее распространёнными словами в названиях историко-культурных ценностей являются:

- 1) «бывший» (бел. «былы», «былога», «былой»): в общей совокупности упоминается 28 раз;
- 2) «строение», «дом» (бел. «будынак», «дом»): в общей сложности упоминается 24 раза;
- 3) «комплекс»: упоминается 7 раз;
- 4) «застройка» (бел. «забудова»): упоминается 7 раз;
- 5) «ансамбль»: упоминается 5 раз;
- 6) «монастырь» (бел. «кляштар»): упоминается 5 раз.

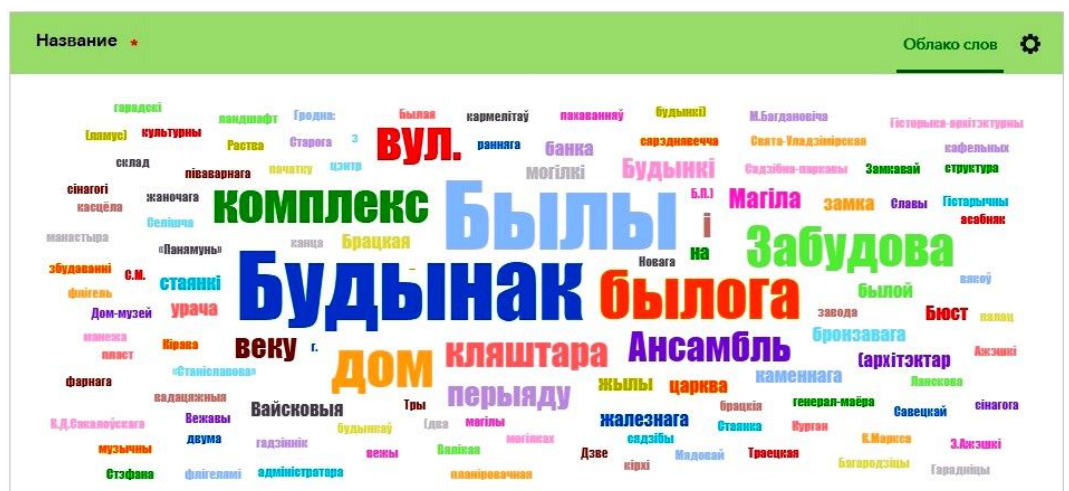


Рис. 3. Облако слов по полю «Название» (заполнялось на белорусском языке)

Если рассматривать распределение историко-культурных ценностей по категориям (рис. 4), можно отметить, что самыми распространёнными являются историко-культурные ценности второй (объекты, которые имеют республиканское значение и подчёркивают наиболее характерные особенности Беларуси) и третьей (объекты, которые представляют значимость для отдельных регионов страны и подчёркивают их характерные особенности, исторические аспекты формирования и самобытность) категории.

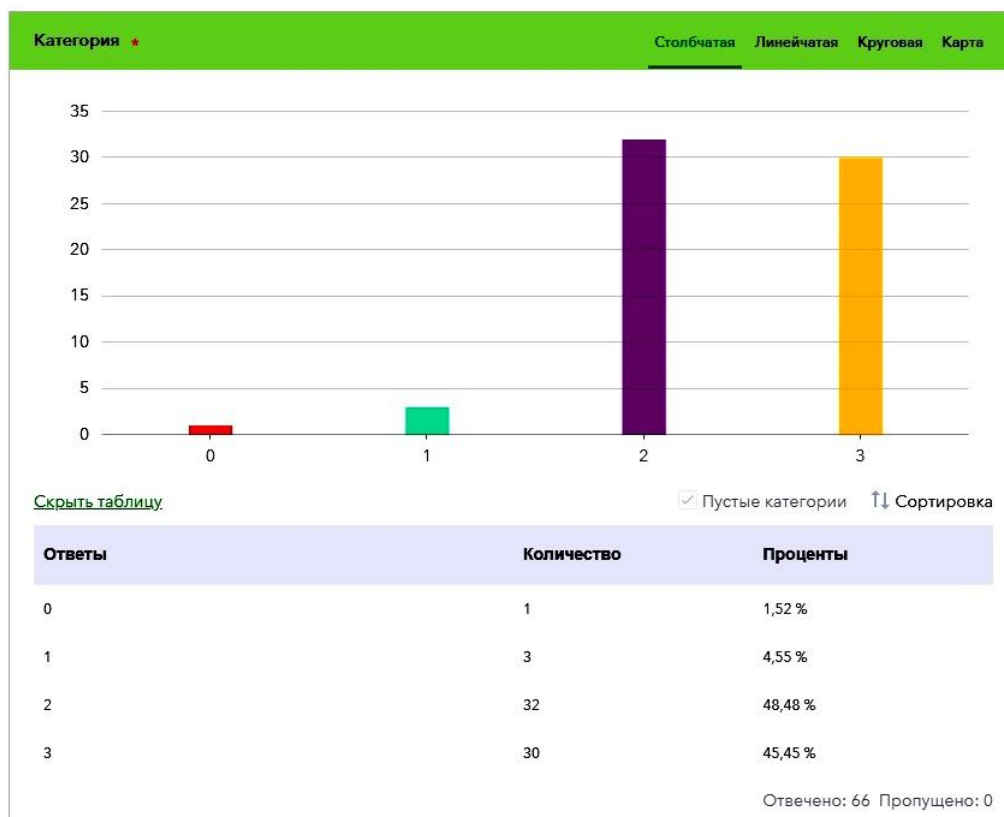


Рис. 4. Столбчатая диаграмма и таблица по полю «Категория»

К нулевой и первой категории относятся только четыре историко-культурных ценности. Именно эти объекты обладают наилучшими качествами для развития туризма впечатлений.

В Гродно к объектам нулевой категории (объекты, которые включены или предложены для включения в Список всемирного наследия ЮНЕСКО) относится *Коложская (Свято-Борисоглебская) церковь*, находящаяся на высоком берегу реки Неман. Это одно из сохранившихся архитектурных сооружений Беларуси периода Древней Руси. Единственный сохранившийся (в искажённом виде) памятник чёрно-русского зодчества.

К объектам первой категории (наиболее уникальные достопримечательности, представляющие международный интерес) в Гродно относятся *исторический центр города, Старый замок и башенные часы Фарного костёла*.

Что касается видов историко-культурных ценностей Гродно (рис. 5), то наибольшее количество историко-культурных ценностей города (53 объекта, 82 %) относится к памятникам архитектуры, это *Старый и Новый замок, Коложская церковь, Лютеранская кирха, здание бывшего манежа* и др. Таким образом, можно подчеркнуть, что для территории Гродно наиболее перспективным будет являться разработка экскурсионных туров и других мероприятий именно архитектурной тематики.

Восемь объектов (12,5 % от общего количества) — это памятники истории: шесть из них относятся к памятникам Великой Отечественной войны (*братские могилы*), а также это *парк культуры и отдыха имени Ж. Э. Жилибера, Курган славы*.

Три объекта (5 % от общего количества) — это памятники археологии. В частности, это *стоянка периода каменного века; стоянка периода конца бронзового века — начала железного века; поселение периода раннего железного века и стоянки периода каменного, бронзового века*. Одна из стоянок находится в западной части города, на правом берегу реки Неман, в пределах лесопарковой зоны. Две другие — в восточной части города на левом берегу Немана, также в пределах зелёной зоны.

Один объект относится к памятникам градостроительства. Это *исторический центр города*, относится к постройкам XII–XX вв. Занимает территорию на берегах реки Неман, между железной дорогой и рекой Городничанка. Состоит из трёх частей: Старого города, Городницы и Занеманского посада.

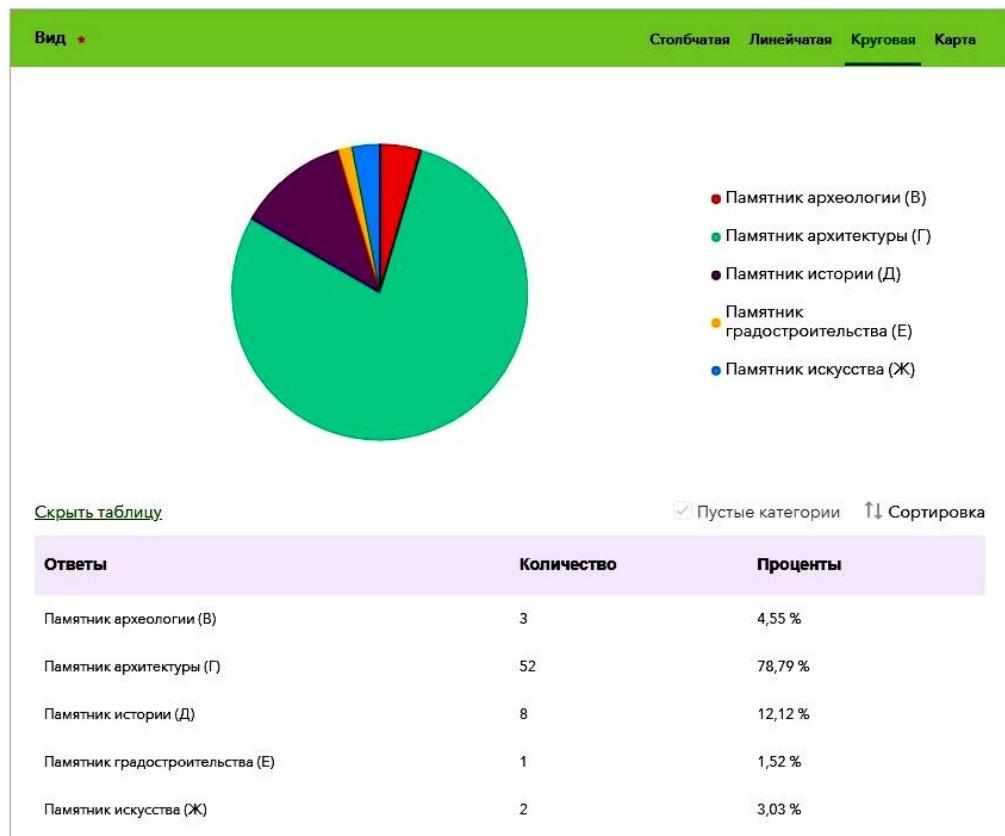


Рис. 5. Круговая диаграмма и таблица по полю «Вид»

Выводы. Таким образом, выполненная работа инвентаризации историко-культурных ценностей с использованием облачных ГИС-технологий позволяет систематизировать и распространять информацию о данных объектах в пределах города Гродно в целях развития туризма впечатлений.

Полученный опыт и разработанные продукты (веб-опрос, картографическая база данных) имеют большую практическую и научную значимость, в частности:

1) способствуют популяризации данных об историко-культурных ценностях, как среди местного населения, так и среди людей, которые никогда не посещали город Гродно;

2) значительно упрощают доступ к информации об исторических и культурных особенностях города;

3) дают возможность перенесения методики исследования на другие исторические, культурные или природные объекты города;

4) позволяют использовать составленную методику для картографирования историко-культурных ценностей в других городах, а также на территориях других типов (административный район, область и др.).

Литература

1. «Аб ахове гісторыка-культурнай спадчыны Рэспублікі Беларусь»: Закон Рэспублікі Беларусь от 09.01.2006 №98-З. [Электронный ресурс]: URL: <http://pravo.newsby.org/belarus/zakon0/z863.htm>.
2. *Александрова А. Ю.* Изменение туристского геопространства в эпоху всеобщей мобильности // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2020. № 2. С. 3–12.
3. *Александрова А. Ю.* Туристическая поездка как сумма впечатлений // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. Т. 2. № 3. С. 12–17.
4. *Воронкова Л. П.* Экономика впечатлений — новый этап в исследованиях туризма // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 2. № 2. С. 10–14.
5. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь. [Электронный ресурс]: URL: <http://gossписок.gov.by/Home/Index>.
6. *Лапочкина В. В.* Особенности экономики впечатлений в период конъюнктурных изменений на примере рынка туризма: российский опыт // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 9 (56). С. 150–160.
7. *Локша А. В., Петрова Н. И.* Особенности развития гастрономического туризма в Приморском крае // Вестник НГИЭИ. 2018. № 12 (91). С. 58–68.
8. *Мозжухин Д. А.* Инновационный менеджмент и экономика впечатлений: симбиоз или противоречие // Наукоедение. 2012. № 1.
9. *Мошняга Е. В.* Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. 2013. № 3. С. 20–34.
10. *Мутавчи Е. П., Семенова Л. В.* Городской туризм — драйвер экономики впечатлений // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2017. № 4. С. 4–12.
11. *Новичков Н. В.* О некоторых аспектах развития туризма как части креативной экономики и экономики впечатлений // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 8 (46). С. 113–121.
12. *Овруцкий А. В.* Туристические практики: от информации к впечатлениям // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 8 (69). С. 97–104.
13. *Осокин В. М.* Концепция экономики впечатлений в развитии туризма и гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 3. С. 54–61.
14. *Пайн II. Б. Д., Гилмор Д. Х.* Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена, М.: Вильямс. 2005. 171 с.

15. Регионы Беларуси: энциклопедия. В 7 т. Т. 4. Гродненская область. В 2 кн. Кн. 1. Минск: Беларуская Энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2015. 504 с.
16. *Сущинская М. Д.* Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2012. № 2 (74). С. 99–103.
17. *Тимофеева Л. С., Стрельникова А. А., Ваганова Ф. Г.* Экономика впечатлений как фактор развития ювелирного туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 2. С. 79–91.
18. *Токарчук С. М., Маевская А. Н., Посенюк К. А.* Создание интерактивных продуктов в целях информационного обеспечения деятельности туристической фирмы // Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы Международной научной конференции. Псков: Псковский государственный университет, 2019. С. 84–90.
19. *Хаванова Н. В., Кривошеева Т. М., Осокин В. М.* Использование инструментария маркетинга впечатлений в индустрии туризма // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 3 (50). С. 3–14.
20. *Хаткевич А. А.* Экономика впечатлений: опыт и перспективы развития туристической отрасли в Алтайском крае // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 2. С. 112–122.

Об авторах

Токарчук Светлана Михайловна — кандидат географических наук, доцент кафедры географии и природопользования Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина, г. Брест, Беларусь.
E-mail: svetlana.m.tokarchuk@mail.ru

Поливач Ксения Андреевна — студентка кафедры географии и природопользования Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина, г. Брест, Беларусь.
E-mail: ksaychik@bk.ru

About the authors

Dr **Svetlana Tokarchuk**, Associate Professor of the Department of Geography and Nature Management, A. S. Pushkin Brest State University, Brest, Belarus.
E-mail: svetlana.m.tokarchuk@mail.ru

Ksenia Polivach, Student, Department of Geography and Nature Management, A. S. Pushkin Brest State University, Brest, Belarus.
E-mail: ksaychik@bk.ru

Поступила в редакцию 16.10.2022 г.

Поступила после доработки 09.11.2022 г.

Статья принята к публикации 10.11.2022 г.