

На практике можно встретить примеры исключительно коммерческого подхода к военному прошлому. Проектируются и строятся объекты памятных исторических событий, безразличные или вообще бессмысленные для Польши, с точки зрения изучения истории.

Власти Ольштынка проектируют реконструкцию мавзолея фельдмаршала Пауля Хинденбурга, который был разрушен в 1945 году. Этот мавзолей, как исторический объект, должен привлекать туристов из Германии. Пауль Хинденбург – это известный немецкий военачальник и политик. В августе 1914 года немецкие войска под его командованием разбили под Танненбергом (в настоящее время Стенбарк) русские войска. В немецкой пропаганде, в связи с расположением Танненберга около Грюнвальда, эта победа была воспринята, как ответ на грюнвальдское поражение. Хинденбург, как президент Германии, дал возможность Гитлеру прийти к власти. После смерти Хинденбурга (1934 год) по распоряжению Гитлера под Танненбергом был построен огромный мавзолей - место захоронения Хинденбурга. Он был разрушен после 1945 года. Остались только руины. В настоящее время планируется строительство объекта как места памяти погибших солдат в той войне²².

Таким образом, исторические события, которые должны быть негативно оценены с точки зрения истории Польши, восстанавливаются только потому, что это может иметь коммерческий интерес. Историки протестуют²³, а власти поступают по-своему.

Разные места, напоминающие о минувших войнах и битвах, в настоящее время представляют огромный интерес для туристов и становятся знаменитыми туристическими объектами. Понимание этой тенденции очень важно для организации современного туризма. Объекты памяти выполняют прежде всего эмоциональную функцию, а также функцию народной благодарности. Эти функции будут окончательно реализованы только тогда, когда эти объекты будут часто посещаться туристами.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ «КОРНИ»: СПЕЦИФИКА И ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ

Т.М. Бородач
г. Натания, Израиль

Проект, о котором пойдет речь, не вполне укладывается в рамки классических представлений о туризме, как посещении каких-либо привлекательных объектов природы, истории и культуры. Его название – «Корни», и он предполагает организацию поездок граждан Израиля и других стран в Беларусь, на земле которой когда-то жили, умирали, погибали их предки и родственники, где сохранились их могилы и захоронения, и лишь изредка другие следы их многовековой жизни на белорусской земле. Как дерево не может существовать без корней, так и человек, не знающий свою историю, свои корни, откуда он пришел, что было в его роду, не сможет передать историю свою новым поколениям. За почти 20 лет, в течение которых в рамках проекта мы работаем, стоят тысячи семейных историй - смешных и грустных, героических и трагических. География очень широкая: Канада и США, Аргентина и Бразилия, Южная Африка и Ирак, Австралия и Израиль, Германия и Польша, Швеция, Голландия, страны Прибалтики и республики СНГ. Одним словом, куда бы ни забросила судьба человека, ему всегда хочется вернуться к своим корням.

²² A. Grabarczyk, Radny z Olsztyinka chce uczcić Hindenberga, „Dziennik” 10.03.2007.

²³ P. Semka, Bismarkizacja Polski, „Wprost” 1.04.2007.

Приезжающие в группах в Беларусь - это люди, прошедшие ужасы гетто, спасшиеся чудом из ям во время расстрелов, выжившие чудом в концлагерях и воевавшие в партизанских отрядах или семейных лагерях; их потомки, а также покинувшие Беларусь до 2-й мировой войны. Что ищут в Беларуси эти люди, что потеряли? Что хотят найти? Почему едут из благополучного далека, из цивилизованного, хорошо организованного и накатанного туризма, из открытого мира посещений разных стран и континентов?

Ответ один - на белорусской земле их корни. Ежегодно только в рамках нашего проекта в Беларусь приезжают 3-4 группы. Они разного состава, возраста, количества, интересов. Часто группы состоят из 3-4 поколений, где соседствуют пожилые люди в возрасте 80-90 лет, иногда старше, и их дети, внуки, правнуки. Порой встречаются родственники, не видевшие друг друга всю жизнь, и это нужно видеть, какие это встречи, какие жизненные истории и судьбы.

В турах индивидуальных чаще всего бывают представители одной семьи. Задача организаторов тура – составить индивидуальный маршрут так, чтобы не только дать возможность посетить места, связанные с историей семьи, но и раскрыть интересные страницы нынешней Беларуси. И главное, не бросить людей, не знающих язык, на произвол судьбы в гостинице, считая своей функцией лишь сопровождения к кладбищу, мемориалу. Такие истории случались, когда пришлось в Минске подбирать людей, купивших туры в Беларусь через туркомпании и оставленных на целую неделю в городе без сопровождения.

Наш многолетний опыт позволяет сделать ряд обобщений, наблюдений и выводов, которые необходимо учитывать, развивая туризм на территории Беларуси.

1. Прежде всего необходимо четко определить цель визита в Беларусь, выбрать интересующие места для посещений, ознакомиться с историей этих мест, с еврейской историей, как частью истории Беларуси, ведь довоенное население в городах и местечках часто от 40% до 80% составляли евреи.

2. Включить в план посещение места гибели еврейских общин, мемориалы, старые еврейские кладбища, к сожалению, заброшенные и неухоженные, вступить в контакт с организациями, которые за ними ухаживают.

3. Очень полезно изучить архивные материалы и документы, списки погибших, относящиеся к этому периоду времени.

4. Включить в программу знакомства с экспозициями в местных музеях.

5. Знать специфику интересов каждой отдельной категории туристов, их возраст, вкусы, желания, особенности их питания, так как часть туристов соблюдает кашрут (не едят вместе мясные и молочные продукты).

6. Важно организовывать туры по партизанским местам в Беларуси с еще живыми участниками партизанского движения, а также встречи с праведниками народов мира, спасавшими евреев.

7. Уметь соединить прошлое и настоящее, знать известных во всем мире, очень уважаемых людей, чьи корни из Беларуси: например, если говорить о евреях, это - Шимон Перес – из Вишнево, Воложинский р-н; Хаим Вейцман (первый Президент Израиля) – из Мотоля, Ивановский р-н; Хофец Хаим – из Радуня, Лидский район; Рав Райнис – ешива в Лиде; Шухан бен Цви (из Ивья (второй президент Израиля)). Знаменитые равы, иешивы, как Мирская, Воложинская, Радунская, синагоги в Гродно, Минске (сейчас русский драмтеатр) и т.д.

8. В выпускаемых туристических проспектах желательно должны быть указаны места, связанные с еврейской историей, даже если они не предназначены исключительно для еврейского континента путешественников.

9. Места посещения должны быть ухоженными, отремонтированными, отреставрированными. Примером может служить музей в д. Мотоль Ивановского р-н, Брестской обл., в котором работает замечательный коллектив, умеющий и знающий, как привлечь туристов.

10. Часто вызывает недоумение различие цены в гостинице для туристов из ближнего и дальнего зарубежья, это является препятствием для увеличения притока туристов в Беларусь. Необходимо также обеспечить гостиницы полотенцами нормальной величины, туалетной бумагой нормального цвета, количества и качества. Стремиться к мировым стандартам качества номеров гостиниц. Условия проживания в гостиницах намного ниже, чем в других странах мира, а стоимость высокая. Особенно странным является то, что при заказе в малых городах нужно платить дополнительно полстоимости за первые сутки проживания. Во всех странах, наоборот, получали скидки.

11. Увеличить количество мест быстрого и разнообразного питания с обязательными блюдами белорусской кухни.

12. Предлагать услуги гидов со знанием разными языков, включая иврит.

13. Дать максимальную возможность при посещении Беларуси получить удовольствие от белорусского фольклора, местного колорита, замечательной природы, водных ресурсов, исторических памятников и т.д.

14. Транспортные услуги должны соответствовать мировым, не только по ценам, но и по качеству.

АГРОТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ РЕГИОНОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

С.А. Лученок

Председатель правления СПК «Первомайский и К», Смолевичский р-н, Беларусь

Каждое государство, определяя путь перехода к устойчивому развитию в условиях глобализации, исходит из своих особенностей, потребностей и пути развития. Однако при этом, с одной стороны, нельзя не принимать во внимание «наиболее серьезные проблемы 21-го века – бедность, рост населения, продовольственная безопасность, нехватка воды, изменение климата и сохранение культурного наследия» [1, с.3], а с другой стороны, не учитывать, что многие вопросы экономического развития национального уровня в глобальной экономике регулируются международными организациями и конвенциями.

Кроме того, в современной мировой экономике взаимосвязаны различные экономические, политические, социальные, экологические, культурные, природные аспекты жизнедеятельности человека. Также следует учитывать, что экономика внутренняя взаимосвязана с мировой, независимо от уровня развития страны и степени ее интеграции в мировую экономику.

Агротуризм – именно та новая сфера деятельности, где соединены воедино ряд направлений, как экономического характера, так и неэкономического, как международного, так и национального уровня, в частности: предоставление внутренних и международных туристических услуг, развитие сельскохозяйственных регионов и сельского хозяйства, решение глобальных экологических и социальных проблем, сохранение национального культурного наследия и традиций.

В начале XXI века индустрия агротуризма признается экспертами Всемирной туристической организации как наиболее динамично развивающийся сектор мирового туристического рынка. Темпы роста агротуристических услуг в промышленно