

ДУХОВНАЯ КУЛЬТУРА И ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ КАК РЕСУРС ДЛЯ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ В ПРИГРАНИЧНЫХ РАЙОНАХ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Гапонова К.В.,

*студентка 3 курса ПсковГУ, г. Псков, Российская Федерация
Научный руководитель – Белокурова Е.Ю., ст. преподаватель*

Ключевые слова: духовная культура, историческая память, усадебный туризм, музей-усадыбы, приграничные районы, Псковская область, продвижение туризма.

В условиях структурной трансформации туристической отрасли приграничные районы Псковской области (Печорский, Себежский, Пыталовский) сталкиваются с необходимостью переосмысления своего потенциала. Традиционно ориентированные на транзит, эти территории сегодня ищут новые точки роста через развитие внутреннего туризма, основанного на духовной культуре и исторической памяти. Актуальность исследования обусловлена необходимостью создания конкурентоспособных туристических продуктов, способных превратить «периферийность» в эксклюзивное преимущество. Цель работы – выявить потенциал духовной культуры и исторической памяти как ресурса для создания и продвижения туристических направлений в приграничных районах Псковской области.

Материал и методы. В основу исследования легли методы анализа научной литературы, экспертных оценок, данных туристической статистики, а также сравнительный анализ успешных практик использования усадебного наследия в России и за рубежом. Особое внимание уделено историко-культурному потенциалу музеев-усадб Псковской области.

Результаты и их обсуждение. Для организации туризма в усадебных комплексах необходимо соответствие следующих условий:

1. Наличие квалифицированных гидов и экскурсоводов, которые смогут рассказать туристам об истории и архитектуре усадебного комплекса.
 2. Создание интерактивных зон и музейных экспозиций, которые позволят посетителям более глубоко погрузиться в историю усадьбы и окружающей ее местности.
 3. Обеспечение комфортных условий для проживания и отдыха туристов, включая наличие гостиниц, ресторанов и кафе.
 4. Продвижение усадебных комплексов на рынке туристических услуг, включая создание привлекательных туристических пакетов и сотрудничество с туроператорами.
 5. Развитие инфраструктуры, включая строительство дорог, парковок и других объектов, которые обеспечат удобный доступ к усадьбам.
 6. Поддержка со стороны государства, включая финансирование музеев-усадб и проведение мероприятий по привлечению туристов в регион.
- При использовании усадьбы в качестве туристского ресурса необходимы некоторые преобразования, связанные с размещением объектов

обслуживания туристов (экскурсионное бюро, туалеты, точки продажи сувениров, предприятия питания, средства размещения и др.).

Национальный фонд «Возрождение русской усадьбы» [2] предлагает несколько возможных моделей современного использования исторических усадебных комплексов:

Отель. Если усадьба находится в туристическом районе, то превращение ее в отель может стать успешным бизнесом. В данном случае, помимо размещения гостей, можно организовывать разнообразные туристические мероприятия, такие как прогулки на лошадях, экскурсии в окружающих достопримечательности и т.д. (Усадьба князя А.Г. Гагарина «Холомки»). Размещается на территории старинной усадьбы в деревне Турово Псковской области и является колоритным туристическим комплексом с большим набором современных услуг [3].

Ресторан. Использование исторической усадьбы в качестве ресторана также может принести хороший доход, особенно если усадьба расположена в красивом и живописном месте. В этом случае, помимо обеспечения гостей едой и напитками, можно организовывать различные тематические мероприятия, например, свадьбы или корпоративные вечеринки. (Примером является ресторан «АмБар под дубами» – это восстановленный старинный амбар в усадьбе Алтун, всего в 12 км от поселка Пушкинские Горы, совсем рядом с Пушкинским Заповедником) [4].



Рисунок 1. – Количество усадеб Псковской области

Псковская область обладает уникальным усадебным наследием: исторически здесь насчитывалось более 250 усадеб, из которых относительно сохранилось около 20 [1] (рисунок 1).

Наиболее известные объекты: музей-усадьбы А.С. Пушкина, Н.А. Римского-Корсакова, народа сето, усадьбы «Холомки» и «Ореховно».

Музеи-усадьбы с определенной позиции характеризуют не только облик России, но и Псковского региона, на территории которого они находятся. В первую очередь музеи-усадьбы отражают уровень понимания сохранения и рационального использования культурно-исторического наследия. Усадебные комплексы – это объекты не только материальной, но и духовной культуры, имеющие особую историческую, культурную и эстетическую ценность. Сохранение и успешное развитие дает возможность представить уникальную ценностную характеристику страны и одновременно представляет особую часть ее ресурсного потенциала. В этом смысле усадебные комплексы выступают в качестве национального богатства государства.

Псковская область является одним из самых интересных регионов России для музейного туризма. Музеи-усадьбы Псковской области также являются интересными объектами для музейного туризма. В этих музеях можно познакомиться с историей усадеб и их владельцев, увидеть коллекции старинных предметов быта и ремесла, а также насладиться красотой природы. Музейный туризм в Псковской области представляет собой уникальную возможность познакомиться с историей и культурой этого региона. Музейный туризм позволяет расширить кругозор и получить новые знания, а также насладиться красотой природы и уникальной архитектурой. Здесь находятся множество усадеб, которые были построены еще в XVIII – XIX веках и сохранились до наших дней. Каждая из них имеет свою уникальную историю и архитектурный стиль, что привлекает множество туристов. Для развития музеев-усадоб в Псковском регионе необходимо провести комплексное исследование, которое позволит выявить проблемы и определить наиболее эффективные пути их решения. Кроме того, важно проводить регулярный мониторинг состояния музеев-усадоб и анализировать изменения в потребностях туристов.

Ключевой проблемой является слабая дифференциация усадебного туризма от общего культурно-познавательного направления. Для ее решения предложена модель, основанная на глубоком погружении в исторический контекст и создании эмоционального опыта.

Технологии продвижения представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Технологии продвижения

Стратегия	Краткая характеристика
Продуктовая стратегия:	сегментация усадеб по тематике («романтические выходные», «семейный отдых», «корпоративные выезды») и создание событийного наполнения (литературные чтения, концерты, исторические квесты)
Визуальная коммуникация	профессиональная фото- и видеосъемка усадеб в разные сезоны, создание интерактивного сайта с историческими нарративами
Цифровое продвижение	ведение «дневников усадеб» в социальных сетях, таргетированная реклама на аудиторию

Стратегия	Краткая характеристика
	Москвы, Санкт-Петербурга стран Балтии и Республики Беларусь, работа с микроблогерами
Партнерские программы:	сотрудничество с туроператорами, корпоративным сектором, образовательными учреждениями, а также создание трансграничных маршрутов с Эстонией, Латвией и Республикой Беларусь
Система продаж	единый call-центр с консультативной поддержкой, постпродажное сопровождение, формирование клубов лояльности
Особое внимание уделено использованию приграничного положения как преимущества:	разработка совместных маршрутов с соседними регионами, продвижение в туристических инфоцентрах Балтии и Республики Беларусь

Ключевым фактором становится не столько восстановление архитектурных объектов, сколько создание вокруг них живой экосистемы – от профессиональных гидов-рассказчиков и местных ремесленников до гастрономических проектов, основанных на исторических рецептах.

Заключение. Приграничное положение из потенциального препятствия становится конкурентным преимуществом, позволяя создавать трансграничные маршруты, привлекать туристов из стран Балтии и Республики Беларусь, искать необычные культурные параллели. Однако международный успех возможен только при условии безупречной организации, многоязычного сервиса и понимания запросов иностранного гостя. В конечном счете, усадебный туризм сможет стать драйвером развития не только для туристической индустрии, но и для локальных сообществ – создавая новые рабочие места, стимулируя малый бизнес и возвращая жизнь в исторические ландшафты. Духовная культура и историческая память выступают мощным ресурсом для создания конкурентоспособных туристических направлений в приграничных районах Псковской области. Успех зависит от умения трансформировать усадебное наследие в живой эмоциональный опыт, подкрепленный современными технологиями продвижения и удобной инфраструктурой. Реализация предложенной модели позволит не только увеличить турпоток, но и способствовать возрождению историко-культурного ландшафта, оживлению местных сообществ и формированию нового имиджа региона как центра аутентичного интеллектуального отдыха.

1. Псковские усадьбы: каталог / сост. И. М. Смирнова. – Псков : Псковское издательство, 2019. – 128 с.
2. Национальный фонд «Возрождение русской усадьбы». – URL: <https://rususadba.ru>.
3. Официальный сайт усадьбы «Холомки». – URL: <https://kholomki.ru>.
4. Ресторан «АмБар под дубами» – усадьба Алтун. – URL: <https://ambar-altun.ru>.