

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
Кафедра международного туризма**

**ГЛЕКОВ**  
Валентин Олегович

**Особенности организации и продвижения религиозных фестивалей  
(на примере Будславского феста)**

**Дипломная работа**

**Научный руководитель:**  
старший преподаватель  
П. О. Сороко

Допущена к защите  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Минск, 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	7
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА РЕЛИГИОЗНОГО ФЕСТИВАЛЯ .....	11
1.1 Концептуальные подходы к организации массовых событийных мероприятий .....	11
1.2 Концептуальные подходы к маркетингу массовых событийных мероприятий .....	15
1.3 Особенности менеджмента религиозного фестиваля .....	19
ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ БУДСЛАВСКОГО ФЕСТА (НА ПРИМЕРЕ 2019 ГОДА).....	23
2.1 Туристские ресурсы и инфраструктура Будслава как места проведения массового событийного мероприятия.....	23
2.2 Организационные мероприятия проведения феста в Будславе .....	25
2.3 Организация паломничества в Будслав в католических приходах.....	31
2.4 Мероприятия по продвижению Будславского феста .....	41
2.5 Финансовые результаты проведения Будславского феста .....	44
ГЛАВА 3 ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ МАССОВЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ШИЛУВЫ И ЛИХЕНЯ СТАРОГО).....	49
ГЛАВА 4 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ БУДСЛАВСКОГО ФЕСТА КАК МАССОВОГО РЕЛИГИОЗНОГО СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ...	56
4.1 Рекомендации по развитию массового религиозного событийного мероприятия Будславского феста .....	56
4.2 Рекомендации по развитию Будслава как туристской дестинации .....	59
4.3 Рекомендации по совершенствованию организации пеших паломничеств в Будслав .....	62
4.4 Рекомендации по развитию маркетинговых коммуникаций для продвижения Будслава как туристской дестинации и Будславского феста как массового религиозного событийного мероприятия .....	64

4.5 Влияние предлагаемых мер на достижение целей устойчивого развития в регионе.....	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	89

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 73 с., 7 рис., 3 табл., 2 приложения, 53 источника.

*Ключевые слова:* БУДСЛАВ, ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ, РЕЛИГИОЗНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ, БУДСЛАВСКИЙ ФЕСТ, ПАЛОМНИЧЕСТВО, МАССОВОЕ СОБЫТИЙНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ, СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ МАССОВЫХ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ.

*Объект исследования:* празднование в честь чудотворной иконы Матери Божьей Будславской, известное как «Будславский фест».

*Предмет исследования:* организация и продвижение Будславского феста и паломничества в Будслав.

*Цель исследования:* выявление особенностей организации и продвижения религиозного фестиваля (на примере Будславского феста) и разработка рекомендаций по совершенствованию этой деятельности.

*Методы исследования:* полевое наблюдение, анкетирование, интервьюирование, описательный метод, аналитический метод, метод сравнительного анализа.

*Полученные результаты и их новизна:* В дипломной работе были определены особенности организации, проведения и продвижения Будславского феста. Практическая новизна дипломной работы заключается в том, что были выработаны рекомендации по дальнейшему развитию Будславского феста и Будслава как туристской дестинации.

*Достоверность материалов и результатов дипломной работы:* Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

*Область возможного практического применения:* Результаты дипломного исследования могут быть использованы как организациями, так и отдельными лицами, вовлеченными в мероприятия по планированию, проведению и продвижению Будславского феста среди паломников и других целевых аудиторий.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 73 с., 7 мал., 3 табл., 2 дадаткі, 53 крыніцы.

*Ключавыя словы:* БУДСЛАЎ, ТУРЫСЦКАЯ ДЭСТЫНАЦЫЯ, РЭЛІГІЙНЫ ФЕСТИВАЛЬ, БУДСЛАЎСКІ ФЭСТ, ПІЛІГРЫМКА, МАСАВАЕ ПАДЗЕЙНАЕ МЕРАПРЫЕМСТВА, ПАДЗЕЙНЫ МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТЫНГ МАСАВЫХ ПАДЗЕЙНЫХ МЕРАПРЫЕМСТВАЎ, УСТОЙЛІВАЕ РАЗВІЦЦЁ РЭГІЁНАЎ.

*Аб'ект даследвання:* урачыстасць у гонар цудадзейнага абраза Маці Божай Будслаўскай, вядомая як «Будслаўскі фэст».

*Прадмет даследвання:* арганізацыя і прасоўванне Будслаўскага фэсту і пілігрымкі ў Будслаў.

*Мэта даследвання:* выяўленне асаблівасцей арганізацыі і прасоўвання рэлігійнага фестывалю (на прыкладзе Будслаўскага фэсту) і распрацоўка рэкамендацый па ўдасканаленню гэтай дзейнасці.

*Метады даследвання:* палявое назіранне, анкетаванне, інтэрв'юіраванне, апісальны метады, аналітычны метады, метады параўнальнага аналізу.

*Атрыманыя вынікі і іх навізна:* У дыпломнай працы былі вызначаны асаблівасці арганізацыі, правядзення і прасоўвання Будслаўскага фэсту. Практычная навізна дыпломнай працы складаецца ў тым, што былі распрацаваны рэкамендацыі па далейшаму развіццю Будслаўскага фэсту і Будслава як турысцкай дэстынацыі.

*Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы:* Выкарастаныя матэрыялы і рэзультаты дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна.

*Вобласць магчымага практычнага прымянення:* Вынікі дыпломнага даследавання могуць быць выкарыстанымі як арганізацыямі, так і асобамі, якія ўцягнуты ў мерапрыемствы па планаванні, правядзенні і прасоўванні Будслаўскага фэсту сярод паломнікаў і іншых мэтавых аўдыторый.

## ANNOTATION

Degree paper: 73 p., 7 pic., 3 tab., 2 annexes, 53 sources.

*Key words:* BUDSLAŮ, TOURISM DESTINATION, RELIGIOUS FESTIVAL, FESTIVAL OF BUDSLAŮ, PILGRIMAGE, EVENT, EVENT MANAGEMENT, MARKETING OF EVENTS, SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS.

*Object of research:* celebration in honour of a miraculous icon of Our Lady of BudslaŮ, commonly known as “The Festival of BudslaŮ”.

*Subject of research:* organisation and promotion of the Festival of BudslaŮ and the pilgrimage to BudslaŮ.

*Purpose of research:* determination of the features of organisation and promotion of a religious festival (on the example of the Festival of BudslaŮ) and development of recommendations concerning improvement of this activity.

*Research methods:* field observation, questioning, interviewing, descriptive method, analytical method, comparative analysis method.

*Obtained results and their novelty:* In the thesis, features of the organisation, handling and promotion of the Festival of BudslaŮ were determined. Practical novelty of the work is recommendations on the further development of the Festival of BudslaŮ and BudslaŮ as a tourism destination.

*Authenticity of the materials and results of the thesis:* The materials used and the results of the thesis are authentic. The thesis has been put through independently.

*Area of possible practical application:* The results of the diploma research can be used by organisations and individuals involved in actions in the fields of planning, handling and promoting the Festival of BudslaŮ among pilgrims and other target audiences.

## ВВЕДЕНИЕ

Религиозные фестивали – одни из древнейших массовых мероприятий, в которых исторически участвовало много людей, как местных, так и тех, кто специально приезжал на это празднование. Религиозные фестивали всегда были свойственны всем религиям мира, и с течением времени многие из этих фестивалей стали культурной традицией.

В большинстве христианских конфессий наличие в каком-либо поселении чудотворных икон, мощей святых и иных реликвий влекло за собой привлечение паломников из других регионов, что, в свою очередь, являлось источником для дополнительного дохода для местных жителей. За обладание этими реликвиями даже велись военные конфликты.

Религиозные фестивали и в настоящее время являются массовыми событийными мероприятиями, которые привлекают не только верующих, стремящихся к религиозному очищению и просвещению; но и иных туристов, заинтересованных в религиозных фестивалях как проявлениях культурных традиций. Религиозные фестивали признаются важными составляющими нематериального наследия как государствами, так и международными организациями, среди которых и ЮНЕСКО, которое в 2001 году учредило Репрезентативный список шедевров устного и нематериального культурного наследия человечества, в котором, среди иных объектов, представлены и религиозные фестивали.

В Республике Беларусь религиозные фестивали проводятся в православной, католической, и греко-католической церквях. Один из этих фестивалей был признан на международном уровне и внесён в Репрезентативный список шедевров устного и нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО. Это празднование в честь чудотворной иконы Матери Божьей Будславской, известное как «Будславский фест». В данной работе будут рассматриваться процессы организации и продвижения данного массового событийного мероприятия, включая организацию пешего паломничества, которое является неотъемлемой его частью.

Одним из наиболее перспективных направлений развития туризма в настоящее время является развитие событийного туризма. Экономика многих дестинаций тесно связана с проведением массовых событийных мероприятий и, соответственно, с событийным туризмом. Массовые мероприятия становятся «точками роста» для дестинаций, в которых они проводятся. При грамотном менеджменте такие дестинации становятся широко известными и могут начинать привлекать посетителей на протяжении всего года. Религиозные

фестивали также являются частью этого тренда, оказывая положительное культурное, экономическое, социальное влияние на дестинации, в которых они проводятся, привлекая ежегодно большое количество посетителей. Многие религиозные мероприятия проводятся на протяжении столетий, некоторые зародились относительно недавно и уже развились до мероприятий мирового значения. В настоящее время религиозные фестивали привлекают не только религиозных паломников, но и туристов со всего мира.

Массовые событийные мероприятия, проводимые в настоящее время в Беларуси на регулярной основе, имеют в большинстве своём ограниченную известность и не привлекают большого количества иностранных посетителей. Это относится и к религиозным фестивалям, которые проводятся как в рамках православной, так и католической конфессий. На текущий момент, в то время как менеджментом и маркетингом крупных светских массовых событийных мероприятий в Беларуси занимаются профессиональные менеджеры и маркетологи, организацией, проведением и продвижением религиозных фестивалей занимаются церковные структуры. Зачастую организаторы религиозных фестивалей не имеют масштабных и инклюзивных планов по долгосрочному развитию этих мероприятий. Влияние проведения этих фестивалей на хозяйственно-экономические связи и на развитие регионов, в которых они проводятся, не изучено. В этой работе мы изучаем религиозные фестивали, их менеджмент, маркетинг, а также их влияние на развитие регионов на примере Будславского феста.

Цель дипломной работы состоит в выявлении особенностей организации и продвижения религиозного фестиваля (на примере Будславского феста) и разработке рекомендаций по совершенствованию этой деятельности.

Для достижения цели дипломной работы поставлены следующие задачи:

1. Выделить основные особенности организации и продвижения как массовых событийных мероприятий в целом, так и религиозных фестивалей в частности.

2. Изучить организационные мероприятия при подготовке, проведении и продвижении Будславского феста на современном историческом этапе; а также определить его финансовые результаты.

3. Изучить зарубежный опыт организации религиозных фестивалей и возможность его применения при организации Будславского феста.

4. Выработать рекомендации по дальнейшему развитию Будславского феста и определить их влияние на устойчивое развитие региона.

Объектом исследования является празднование в честь чудотворной иконы Матери Божьей Будславской, известное как «Будславский фест».

Предметом исследования является организация и продвижение Будславского феста и паломничества в Будслав.

В работе использовались следующие методы исследования:

1. Полевое наблюдение, которое заключалось в посещении Будслава и сборе информации о местной инфраструктуре и условиях проведения Будславского феста.

2. Анкетирование, с помощью которого была собрана информация о тратах посетителей Будславского феста.

3. Интервьюирование организаторов Будславского феста, паломничеств в Будслав и настоятеля Будславского прихода, которое позволило собрать информацию об организации, проведении и продвижении Будславского феста.

4. Описательный метод, посредством которого собранная информация была систематизирована.

5. Аналитический метод, который использовался при определении особенностей каждого из аспектов организации, проведения и продвижения Будславского феста.

6. Метод сравнительного анализа, в рамках которого было проведено сравнение опыта организации и проведения Будславского феста и религиозных фестивалей, проводящихся за границей.

В качестве методов исследования использованы описание мер по организации Будславского феста, сравнительный анализ.

Дипломная работа разделена на четыре главы. В первой главе раскрыты такие понятия, как «массовое событийное мероприятие», «менеджмент массового событийного мероприятия», «маркетинг массового событийного мероприятия» и «религиозный фестиваль», рассмотрены особенности религиозных фестивалей, которые обуславливают использование маркетинговых инструментов и менеджерских решений при их подготовке, проведении и продвижении.

Во второй главе рассмотрены массовое событийное религиозное мероприятие – Будславский фест; туристские ресурсы и инфраструктура Будслава как туристской дестинации, в которой этот фестиваль проводится; а также мероприятия по подготовке данного ивента и, в частности, по подготовке паломничеств в Будслав как интегральных частей данного религиозного фестиваля. В главе также рассматриваются предпринимаемые в настоящий момент мероприятия по продвижению феста и финансовые результаты от его проведения.

В третьей главе рассматривается зарубежный опыт проведения массовых событийных религиозных мероприятий. В качестве таковых мероприятий были выбраны фестивали, которые проводятся в деревне Шилува (Литва)

и в деревне Лихень Стары (Польша). По итогам анализа этих ивентов были выявлены мероприятия и практики, которые в настоящее время используются при менеджменте и маркетинге вышеупомянутых религиозных фестивалей и которые можно рекомендовать к применению для дальнейшего развития Будславского феста.

В четвёртой главе приведены предложения по усовершенствованию менеджмента и маркетинга Будславского феста, дальнейшему развитию этого массового религиозного событийного мероприятия; а также определено влияние внедрения предложенных мер на устойчивое развитие в регионе.

Дипломная работа содержит два приложения. В приложении А приведена подробная история развития Будславского феста со времени его появления до настоящего времени. В приложении Б размещены исторические фотографии с Будславского феста конца XIX – середины XX века.

В качестве литературы по теме использовались публикации С. В. Донских [7], заведующего кафедрой туризма и культурного наследия Гродненского Государственного Университета им. Янки Купалы, а также издание «Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events» Найджела Эванса [37], заместителя декана факультета социальных наук, бизнеса и права Университета Тиссайд (Великобритания).

В качестве источников об организации, проведении и продвижении Будславского феста автором использовались новостные публикации интернет-портала «Catholic.by», документы из архива прихода Архиепархиального костёла Имени Пресвятой Девы Марии г. Минска, а также данные, полученные в ходе личных интервью с организаторами Будславского феста и паломничеств в Будслав.

# ГЛАВА 1

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА РЕЛИГИОЗНОГО ФЕСТИВАЛЯ

### 1.1 Концептуальные подходы к организации массовых событийных мероприятий

Под *массовым событийным мероприятием* понимают абсолютно любое мероприятие, не обязательно ставящее в качестве своей первоначальной или главной цели привлечение туристов или организацию их досуга. Массовые событийные мероприятия могут иметь совершенно разные названия, принимать самые разные формы и ставить перед собой совершенно разные цели. Они могут быть абсолютно любого размера; они могут иметь совершенно разную целевую аудиторию. Но главная их общая черта – это их запланированный характер – они все специально и целенаправленно организовываются. В конечном счёте, какими бы разнообразными ни были бы массовые событийные мероприятия, их организация и проведение подчиняются общим правилам и принципам. [7, с.18–19] [34, с.1]

Для обозначения массового событийного мероприятия в русском языке также употребляется слово «ивент», что является калькой с английского языка (англ. *event* – событие). [7, с.19]

«*Событийный туризм* – это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к каким-либо определённым событиям или мероприятиям». [7, с.12]

Можно назвать следующие особенности событийного туризма:

1. Событийный туризм непрерывно связан с событием, происходящим в определённое время в определённом месте, ради посещения которого и планируется поездка.

2. Событие, лежащее в основе тура – массовое событийное мероприятие – является уникальным и/или аутентичным.

3. Организация событийного туризма во многом напрямую зависит от заинтересованности местных жителей в проведении массового событийного мероприятия, а также от их вовлечённости в организацию и проведение такого мероприятия.

4. Турист, посещающий такое мероприятие, должен иметь шанс либо непосредственно поучаствовать в нём (это относится в первую очередь к

таким мероприятиям, как фестивали), либо же сопереживать событию (это относится, к примеру, к спортивным состязаниям). [7, с.14]

Менеджмент событийного туризма напрямую зависит от менеджмента массовых событийных мероприятий.

Говоря о массовых событийных мероприятиях, нельзя не дать определение такому понятию, как «менеджмент» и определить место менеджмента массовых событийных мероприятий и менеджмента событийного туризма в общей системе менеджмента.

*Менеджмент* определяется как деятельность или процесс, направленный на консолидацию и целенаправленное использование имеющихся ресурсов для достижения какой-либо определённой цели [40, с.4].

Определение менеджмента можно расширить до нескольких основных пунктов:

1. Менеджмент – это многоступенчатый процесс, включающий в себя такие действия, как планирование, принятие решений и оценка.

2. В рамках менеджмента происходит консолидация и целенаправленное использование самых разнообразных ресурсов. Сюда относятся финансовые, человеческие, информационные и иные ресурсы.

3. Менеджмент предполагает целенаправленные действия для выполнения задач – это деятельность, имеющая цель и направление.

4. Менеджмент подразумевает, что в любой организации имеются подразделения с различными функциями, структурированными целенаправленно и скоординированными для достижения общих целей. [40, с.4]

*Менеджмент массового событийного мероприятия* включает в себя несколько направлений, которые нацелены на его организацию и успешное проведение. С. В. Донских в своей книге «Событийный туризм» определяет следующие направления:

1. Управление персоналом учреждения, организующего массовое событийное мероприятие.

2. Управление системой взаимодействия с поставщиками услуг (это могут быть транспортные компании, предприятия индустрии гостеприимства, учреждения культуры).

3. Управление потребительским спросом на экскурсионно-туристские и сопутствующие услуги, а также управление поведением туристов во время потребления таких услуг.

4. Сохранение туристских ресурсов от отрицательного воздействия посетителей и туристов. [7, с.68–69]

Однако, на наш взгляд, такой подход к классификации направлений менеджмента в сфере событийного туризма не полностью отражает все аспекты, с которыми приходится сталкиваться менеджерам при подготовке и

проведении массовых событийных мероприятий. В этот список следует также включить следующие направления:

5. Управление расходами и привлечением финансовых ресурсов.

6. Управление системой взаимодействия с органами власти (от местных до центральных), национальными и региональными туристическими администрациями, а также местным сообществом.

7. Мониторинг и контроль результатов проведения массовых событийных мероприятий, а также успешности сотрудничества с другими заинтересованными лицами.

При менеджменте событийного мероприятия необходимо принимать во внимание тот факт, что, как и любые другие услуги, продукты массовых событийных мероприятий имеют следующие особенности:

1. *Неосвязаемость*. Эта особенность подразумевает невозможность потрогать или увидеть услугу, заполнить ими склад так же, как можно заполнить склад товарами, или же протестировать образец.

2. *Неотделимость производства от потребления*. Для иллюстрации данной особенности можно привести следующий пример. Для того, чтобы послушать музыку на музыкальном фестивале необходимо непосредственно присутствовать на этом фестивале, в то самое время и в том самом месте, которым фестиваль проводится. Таким образом, по сути, процесс производства услуги (в данном случае, музыка на фестивале) происходит в то же самое время, что и её потребление (прослушивание музыки на фестивале).

3. *Неспособность к хранению* – особенность, которая тесно связана с первыми двумя особенностями, изложенными выше. Проявляется данная особенность в том обстоятельстве, что если услуга не оказывается в то время, когда предполагалось её непосредственное оказание, то данную услугу нельзя «положить на хранение» и оказать её позднее. Следовательно, те затраты, которые были потрачены на оказание услуги, не окупаются. В качестве примера из сферы событийного туризма, можно привести проведение фестиваля, на который пришло недостаточно много людей. Фестиваль проходит ограниченное количество времени, и те потенциальные посетители, которые не попали на данный фестиваль, никогда на него уже не попадут.

4. *Гетерогенность*. Под данным обстоятельством понимается тот факт, что на производство и оказание услуг действует большое количество внешних факторов, которые далеко не всегда поддаются контролю со стороны производителей услуг. У массового событийного мероприятия в качестве таковых могут выступать погодные условия, поведение и мотивация персонала, ценности потребителя и восприятие им данного событийного мероприятия, и т. п.

5. *Специфичность отношений между продавцом и покупателем на счёт прав владения.* При покупке услуги не происходит передача права владения от одного субъекта к другому. [37, с. 42–50]

При организации любого событийного мероприятия необходимо определить вид организуемого событийного мероприятия, поскольку именно от вида мероприятия зависят такие важные факторы, как:

1. *Целевая группа, для которой проводится данное мероприятие.* Разным этническим, социальным, религиозным, профессиональным группам, а также разным группам по интересам соответствуют разные виды мероприятия.

2. *Время и место проведения.* Многие мероприятия жёстко привязаны к месту и времени проведения. В основном такие мероприятия проводятся достаточно давно, с определённой цикличностью и привязаны к определённому месту проведения, будь то город, городской район, выставочный центр, местность или деревня.

3. *Требования к обслуживающему персоналу.* Обслуживающий персонал зачастую должен понимать суть мероприятия и соответствовать мероприятию и его формату.

4. *Маркетинговая стратегия.* Этот фактор вытекает из целевой группы потребителей и формата мероприятия.

5. *Необходимые ресурсы.* Разным мероприятиям нужны разные ресурсы, исходя из их размера, формата и направленности.

6. *Формы и масштабы взаимодействия и кооперации организаторов событийного мероприятия с местным сообществом и местными органами власти.* Это важная часть менеджмента, так как необходимо соблюдать и учитывать потребности и ожидания от проведения мероприятия местным сообществом и местными органами власти. Иначе можно столкнуться с неприятием местным сообществом и местными органами власти проведения мероприятия, что будет влиять на возможности проведения следующих мероприятий.

7. *Конечные цели мероприятия.* Под конечными целями понимаются в первую очередь коммерческие результаты каждого массового событийного мероприятия. Тут следует отметить, что далеко не все мероприятия ставят в качестве своей главной цели получение прибыли от посетителей. Поэтому их можно разделить на коммерческие события и некоммерческие события. Стоит отметить, что «экономические и социальные цели ивентов тесно связаны друг с другом. Их нельзя противопоставлять. Можно говорить о приоритетности либо экономических, либо социальных целей для различных событий и мероприятий». [7, с. 48; 61–62]

При организации любого массового событийного мероприятия, так же, как и, к примеру, при организации туристского предприятия, или при развитии любой туристской дестинации, необходимо рассматривать внутреннюю и внешнюю среду.

Под *внутренней средой* (также используется термин *микросреда*) понимается совокупность отношений, складывающихся внутри самой организации, которая занимается организацией массового событийного мероприятия. Сюда относятся такие факторы, как конкурентные преимущества, финансовое состояние, разделение труда, обязанностей и полномочий, цели и задачи, стиль менеджмента, имидж. Поскольку эти факторы обусловлены самой организацией, то организаторы ивента могут на них повлиять (к примеру, изменить), чтобы добиться лучшей производительности, улучшения системы взаимодействия между разными функциональными подразделениями или повысить мотивацию работников. *Внешняя среда* включает в себя совокупность условий, в которых фирма функционирует. Факторы внешней среды можно разделить на две группы – факторы *мезосреды*, на которые организаторы событийного мероприятия имеют ограниченное влияние (местное сообщество, потенциальные потребители, СМИ), и факторы *макросреды*, на которые организаторы событийного мероприятия влияния не имеют (экономическая конъюнктура, политическая ситуация, санитарно-эпидемиологическая обстановка). [14] [37]

Для рассмотрения внешней и внутренней среды может использоваться SWOT-анализ, либо же его модифицированный вариант SWOT-clock анализ. Также для рассмотрения внешней среды можно использовать PEST-анализ, либо же его модифицированный вариант PESTEL-анализ.

## **1.2 Концептуальные подходы к маркетингу массовых событийных мероприятий**

В экономике нет единого понятия термина «маркетинг». Филип Котлер, американский профессор и исследователь в области маркетинга, определяет маркетинг как «социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные индивидуумы и группы людей получают то, что они хотят и в чём нуждаются, посредством создания, предложения и обмена ценных продуктов». [43, с. 6] Американская Маркетинговая Ассоциация даёт термину «маркетинг» следующее определение: «совокупность действий, набор формальных институтов и процессы,

направленные на создание, доставку и обмен товаров и услуг, которые имеют ценность для покупателей, клиентов, партнёров и общества в целом». [36]

Определения, приведённые здесь, сходятся в том, что сущность маркетинга – это предоставление потребителям тех товаров или услуг, на которые у потребителей есть спрос; а также предугадывание потребностей в таких товарах или услугах.

Исходя из определений, данных выше, можно дать определение такому понятию, как «маркетинг массовых событийных мероприятий».

*Маркетинг массовых событийных мероприятий* – это часть процесса организации массового событийного мероприятия, направленная на предоставление посетителям данного мероприятия наиболее релевантных услуг в рамках организуемого мероприятия; а также мониторинг и предугадывание таких потребностей среди целевой аудитории.

Для достижения целей, которые ставят перед собой менеджеры в сфере маркетинга, используются определённые модели. Использование данных моделей позволяет детально продумать ход проведения маркетинговой стратегии для любого товара или услуги. Наиболее часто используемыми и наиболее известными из них являются следующие модели:

1. Модель AIDA.
2. Модель 4P и её усовершенствованная модель 7P.

*Модель AIDA* описывает модель потребительского поведения, состоящая из событий, ведущих потребителя к покупке товара или услуги. Филип Котлер в своей статье «Can Marketing Improve Capitalism?» («Может ли маркетинг улучшить капитализм?»), описывая данную модель, определяет следующие функции маркетинга, которые помогают потребителю принять решение о покупке [33]. Перечислим стадии рассматриваемой модели, функции маркетинга, соответствующие каждой из стадий [44]; а также приведём примеры их воплощения во время организации массового событийного мероприятия:

1. Первый этап – Attention («Внимание») – состоит в привлечении внимания потребителя к товару или услуге. На этом этапе у компании не стоит задачи непосредственно продать продукт покупателю – она создаёт осведомлённость клиента о себе, своих брендах и продуктах. Задача маркетологов на данном этапе – создание продукта, бренда и повышение осведомлённости о них среди клиентов. Например, в случае с таким массовым событийным мероприятием, как музыкальный фестиваль, выбирается концепция проведения фестиваля и определяется место и время его проведения в зависимости от имеющейся инфраструктуры. В соответствии с выбранной концепцией и тематикой определяется имя фестиваля. После этого маркетологи начинают рекламную кампанию по продвижению фестиваля. При этом часто делается упор на программе фестиваля и «звёздах», которые будут на фестивале в качестве исполнителей, членов жюри, зрителей и т. п.

2. Во время второго этапа – Interest («Интерес») – создаётся заинтересованность потребителя в продукте. Функция маркетинга, реализуемая при этом, – создание интереса к продукту путём создания сильных образов, которые будут отображать эмоции, к примеру, такие, как удовольствие, надежда или страх. Например, при проведении спортивных состязаний различного уровня могут транслироваться образы удовольствия от зрелища, победы любимого спортсмена или команды; сопереживания проигрышу, страх за спортсменов, участвующих в опасных видах спорта, и т. п.

3. На третьем этапе – Desire («Желание») – происходит углубление заинтересованности потребителей в продукте. При этом проявляется следующая функция маркетинга – стимулирование спроса на продукт путём транслирования сообщений о том, что приобретение продукта сделает жизнь потребителя лучше, проще, безопаснее. К примеру, люди, потребляющие продукт книжной выставки, могут, посещая данный ивент, приобрести эксклюзивные экземпляры книг по ценам издательства (без торговых наценок). Этот посыл активно транслируется организаторами выставки.

4. Четвёртый этап – Action («Действие») – ознаменуется превращением желаний потребителей в действие – покупку продукта, что является четвёртой функцией маркетинга. Маркетологи подталкивают потребителей к покупке товаров и услуг посредством создания максимально благоприятных условий для совершения покупки и проведения оплаты. Из сферы организации ивентов проще всего привести следующий пример воплощения этой функции. Связан пример с реализацией билетов на массовые событийные мероприятия спортивного характера, на которых реализация входных билетов осуществляется не только в специализированных точках продаж (в т. ч. через онлайн-сервисы), но и через систему квот на определённую часть билетов, выделяемых для распространения через администрации участвующих команд, национальных спортивных федераций или спортивных фан-клубов.

На последнем этапе, при совершении покупки, функции маркетинга не заканчиваются: необходимо создать условия для совершения потребителем повторных покупок и привлечения новых покупателей за счёт существующих. [33] Для реализации этой функции многие массовые событийные мероприятия организуются повторяющимися с определённой периодичностью.

Модель 4P (и её усовершенствованная модель 7P), также известная как «маркетинговый микс», используется для определения методов продвижения продукта на рынке. Каждый из факторов данной модели описывает какой-то определённый аспект маркетингового плана по продвижению продукта.

Проведём анализ этих факторов, а также всех аспектов, которые входят в каждый из них.

1. Второй фактор – Price («Цена») – определяет цену на продукт. Важность этого фактора исходит из предположения, что чем больше цена за предлагаемый товар или услугу соответствует воспринимаемой ценности товара или услуги, то тем больше вероятность того, что потребитель приобретёт данный товар или услугу. В случае с массовыми событийными мероприятиями под влияние этого фактора может попадать цена на входные билеты на мероприятие. В то же время, посещение значительного количества ивентов бесплатно. В таком случае, данным фактором «маркетингового микса» определяется цена на сопутствующие товары и услуги: цена переезда в место проведения мероприятия; цена проживания в местных гостиницах; цена питания; цена сувениров, и т. п.

2. Третий фактор – Place («Место») – определяет место предоставления услуги или место продажи товара; а также методы доставки товара к потребителю. Наличие этого фактора вытекает из того, что потребители более склонны покупать товары и получать услуги в наиболее удобных для себя местах. Преимущества от высокого качества продукта и его низкой цены могут быть легко нивелированы тем обстоятельством, что точка его продажи находится далеко от места жительства или работы потребителя; либо до неё трудно добраться. В менеджменте массовых событийных мероприятий в этот фактор входит местоположение точки проведения фестиваля, её транспортная доступность. Организаторы при планировании ивентов по возможности стремятся их проводить в местах с хорошо развитой транспортной инфраструктурой. К примеру, для проведения многочисленных крупных международных выставок в Западной Европе организаторы предпочитают проводить их в городе Франкфурт (ФРГ) в первую очередь за его хорошую транспортную доступность (Франкфурт является крупным железнодорожным и авиационным хабом в Европе), а также за удобное местоположение Франкфуртского выставочного центра в городе (находится практически в центре города, возле метро). При невозможности проведения массового событийного мероприятия в месте, обеспеченном хорошей транспортной доступностью, организаторы мероприятия занимаются, в том числе, и доставкой посетителей к месту проведения мероприятия, организую специальные автобусные маршруты на время проведения ивента.

3. Первый фактор – Promotion («Продвижение») – объединяет аспекты, связанные с методами продвижения товара или услуги на рынке, например, реклама и PR. Суть детерминации этого фактора – понять, каким образом можно воздействовать на потребителей для того, чтобы создать осведомлённость клиента о своей компании, а также имеющихся брендах и продуктах. Следовательно, в случае с массовыми событийными мероприятиями, в этот фактор входят все возможные пути продвижения мероприятия в виде рекламы в СМИ, социальных сетях, и т. п.

4. Четвёртый фактор – Product («Продукт») – относится к самому продаваемому продукту, его характеристикам, а также его реальным и мнимым качествам.

В случае с массовыми событийными мероприятиями под этим фактором имеется в виду непосредственная программа массового событийного мероприятия.

Усовершенствованная версия модели 4P – модель 7P – включает в себя, кроме вышперечисленных, следующие факторы: People («Люди»), Process («Процессы») и Physical Evidence («Физическое окружение»). Вытекают данные факторы из того, что они сильно влияют на имидж организаций, что непосредственно оказывает влияние на их прибыль. Опишем данные факторы.

5. В пятый фактор – People («Люди») – входят все аспекты, связанные с людьми, работающими в организации. Сюда относится и уровень подготовки персонала, и его навыки коммуникации с клиентами, и их способности разбираться с поступающими жалобами и решать вопросы на месте. В организации и проведении массовых событийных мероприятий в данный фактор входит работа волонтеров, а также обслуживающего персонала на мероприятии.

6. В состав шестого фактора – Process («Процесс») – входят процессы и действия, посредством которых предоставляется услуга, а также посредством которых осуществляется коммуникация между продавцом и потребителем товара. К примеру, для международных массовых событийных мероприятий, таких, как международные выставки-ярмарки, Олимпийские игры, процессы и действия, посредством которых предоставляется услуга, можно охарактеризовать инклюзивностью, масштабностью, оригинальностью. В случае с ивентами, формат которых предполагает активное вовлечение посетителей в действие (к примеру, при проведении праздника Томатина в испанском городе Буньоль), процессы, посредством которых предоставляется услуга, могут характеризоваться активностью и аутентичностью впечатлений.

7. В состав фактора Physical Evidence («Физическое окружение») входит обстановка, созданная компанией, в которой она функционирует. В случае с массовыми событийными мероприятиями применение этого фактора означает, что место проведения ивента и окружающая обстановка должны соответствовать формату и тематике проводимого мероприятия [42].

### **1.3 Особенности менеджмента религиозного фестиваля**

Одним из важных видов массовых событийных мероприятий являются религиозные фестивали. Само понятие «религиозный фестиваль» определяется разными исследователями по-разному. Приведём несколько примеров определений данного термина:

*Религиозные фестивали* – это вид массового событийного мероприятия, которое представляет собой фестиваль, имеющий особую значимость для приверженцев той или иной религии. [37]

*Религиозный фестиваль* – это масштабное собрание по поводу знаменательных религиозных дат и юбилеев. [51]

Под религиозным фестивалем часто понимается любое массовое празднование любого религиозного праздника. К примеру, в христианстве сюда могут относиться как празднования в честь каких-нибудь святых, отмечающиеся локально, так и общие для всех христиан празднования Рождества или Пасхи [38].

Так или иначе, все определения рассматриваемого понятия сводятся к тому, что:

1. Религиозный фестиваль – это вид массового событийного мероприятия.
2. Это массовое событийное мероприятие имеет религиозный характер.

Религиозные фестивали всегда были свойственны всем религиям мира. В настоящее время религиозные фестивали переживают свой расцвет в связи с развитием информационных технологий, коммуникаций, развитием культуры и ростом благосостояния населения, увеличению его мобильности, а также развитием сферы гостеприимства.

Религиозные фестивали как массовые событийные мероприятия исторически неразрывно связаны таким видом туризма, как религиозный туризм (паломничество). «Программы религиозных поездок предполагают знакомство со старинными храмами и монастырями, местами жизни выдающихся религиозных деятелей, поклонение чтимым иконам (чудотворным, плачущим, мироточивым), нетленным мощам святых и мучеников за веру, другим святыням, посещение культовых криниц и валунов, каменных крестов, совместное участие в религиозных службах, беседы со священниками, послушание (труд в помощь монахам) и др.» [24, с. 111] Хотя в то же время стоит отметить, что на проведение многих религиозных фестивалей оказали большое влияние не только непосредственно религия, но и культурные особенности народа (народов) местности, в которой проводится тот или иной фестиваль. Стоит признать, что это обстоятельство как раз зачастую и обуславливает неповторимость всех религиозных фестивалей и является главной причиной того, что в настоящее время религиозные фестивали привлекают всё больше туристов, путешествующих не с целью духовного очищения или просвещения, а с целью изучения культуры и обычаев. Как следствие, можно говорить о том, что религиозные фестивали сегодня связаны и с таким направлением туризма, как культурный туризм.

С одной стороны, можно основывать классификацию религиозных фестивалей на религии (религиозной конфессии), которая проводит тот или иной фестиваль. С другой стороны, разные фестивали имеют разную географиче-

скую значимость – одни широко известны и привлекают десятки тысяч паломников со всего мира (как например, празднование объявления Богородицы в Фатиме, Португалия), другие широко известны в какой-либо одной стране (к примеру, празднование памяти Св. Виллиброрда – покровителя стран Бенилюкса, г. Утрехт, Нидерланды), третьи малоизвестны и имеют региональное значение (например, празднование в Вильнюсе дня памяти Св. Казимира – покровителя города – известное, как «Казюкас»). [7, с.59] Многие местные фестивали со временем при грамотном менеджменте и маркетинге становятся широко известными и перестают быть мероприятиями только регионального значения, привлекая множество паломников и туристов из других регионов и даже стран. Примером такого мероприятия, которое за относительно короткий промежуток времени превратилось из мероприятия локального значения во всемирно известное – празднования в честь объявления Матери Божьей в Меджугорье (Босния и Герцеговина).

Менеджмент религиозных фестивалей в корне не отличается от менеджмента массовых событийных мероприятий, имеющих другую тематику и направления. В то же время имеются некоторые характерные особенности, связанные с тем, что организаторами и/или инициаторами религиозных фестивалей являются религиозные организации (епархия, деканат (благочиние), приход, аббатство (монастырская община)), а также с тем, что их основная целевая аудитория – верующие люди (прихожане, паломники). Далее мы подробнее распишем отличительные черты, характерные для религиозного фестиваля (по ранее обозначенным пунктам, см. с. 14):

1. Основная целевая группа – верующие люди (прихожане и паломники). В качестве сопутствующей целевой группа могут выступать туристы, заинтересованные в изучении культур и обычаев посещаемых ими мест.

2. Время проведения религиозного фестиваля привязано к датам церковного календаря; а место проведения – к религиозным объектам с реликвиями (чудотворными иконами, мощами святых и др.) и прилегающим к ним территориям. Перенести мероприятие в другое место и/или провести его в другое время не представляется возможным.

3. На таких мероприятиях в качестве обслуживающего персонала в основном выступают клирики (духовные лица), а также волонтеры из числа прихожан, которые знают литургию и план мероприятия.

4. Маркетинговая стратегия по популяризации религиозных фестивалей во всём мире давно вышла за рамки конфессиональных средств коммуникации и активно продвигается в светских государственных и частных средствах массовой коммуникации. Однако, основную роль по-прежнему продолжают играть конфессиональные СМИ и структуры церковной иерархии.

5. Самым главным ресурсом для проведения религиозного фестиваля является наличие духовного «капитала», который может выражаться в наличии в храме мощей святых и/или блаженных, чудотворной иконы, либо других духовных реликвий. В качестве второстепенных ресурсов могут выступать квалифицированные людские ресурсы, наличие средств размещения и объектов питания и т. п.

6. Практически всегда местное сообщество является организатором религиозного фестиваля в качестве прихожан, поэтому они всегда заинтересованы в достойном проведении мероприятия. Отношения, выстраиваемые с местными органами власти, варьируются в каждом конкретном случае. В некоторых случаях представители власти являются непосредственно прихожанами, и поэтому они стремятся максимально упростить все бюрократические процедуры для организации и проведения фестиваля. В некоторых случаях, напротив, власть не видит целесообразности в данном мероприятии, и процедура максимально бюрократизируется. В таком случае со временем поменять настроения и подходы местных органов власти к фестивалю может только позитивный опыт проведения предыдущих мероприятий.

7. В отличие от большинства массовых событийных мероприятий, организаторы религиозных фестивалей не ставят в качестве главного приоритета получение прибыли. На первое место выходят продвижение духовных ценностей, духовное просвещение и духовная общность. Однако, коммерческая составляющая присутствует, так как имеются в любом случае затраты на проведение фестиваля; а также затраты на содержание святыни в межфестивальный период. Поэтому одной из коммерческих составляющих, на которую рассчитывают организаторы, являются добровольные пожертвования, из которых оплачиваются приведённые выше затраты.

Массовые событийные мероприятия являются продуктом, который так же, как и другие товары и услуги, удовлетворяет потребности потребителей (в случае с массовыми событийными мероприятиями – посетителей). Несмотря на их специфику, концепции и понятия, используемые в менеджменте и в маркетинге, эффективно применяются и к массовым событийным мероприятиям для более эффективного использования ресурсов и привлечения на эти мероприятия большего числа посетителей. Это относится и к религиозным фестивалям. Для успешной организации и проведения массовых событийных мероприятий (в том числе и религиозных) необходимо применение менеджерских решений и маркетинговых инструментов с учётом особенностей организуемых мероприятий.

## **ГЛАВА 2**

### **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ БУДСЛАВСКОГО ФЕСТА (НА ПРИМЕРЕ 2019 ГОДА)**

В данной работе мы будем рассматривать Будславский фест по состоянию на 2019 год, поскольку в 2020 году время проведения Будславского феста пришлось на первую волну пандемии COVID-19. В Беларуси в то время на государственном уровне не вводилось никаких карантинных ограничений. В этих условиях организаторы были поставлены перед выбором формата проведения феста. В итоге было решено отдать предпочтение сохранению здоровья людей. Поэтому на заседании 78-го Чрезвычайного пленарного заседания Конференции католических епископов Беларуси, которая состоялась 25 мая 2020 года, было решено перенести Будславский фест 2020 года на неопределённый срок, а вместо феста организовать приходские празднования на открытом воздухе и на них не проводить организованных паломничеств. Однако, прибытие паломников в частном порядке не запрещалось. [13] [22] По оценкам настоятеля прихода Будславского храма Дмитрия Дубовика, в 2020 году на празднованиях присутствовало около 1 800 человек. В итоге, Будславский фест в 2020 году так и не был проведён.

У заинтересованных сторон сохраняется уверенность в том, что после пандемии стараниями организаторов феста и верующих католической конфессии Будславский фест вернётся к нормальному формату проведения и восстановит в прежнем объёме численность посетителей. Соответственно, проводимые исследования по организации и проведению Будславского феста являются актуальными.

#### **2.1 Туристские ресурсы и инфраструктура Будслава как места проведения массового событийного мероприятия**

Дестинация, в которой проводится рассматриваемое нами массовое событийное мероприятие – Будславский фест, – это деревня Будслав с населением в 561 человек, которая находится в Мядельском районе Минской области Республики Беларусь. Будслав расположен на реке Сервечь, в 46 километрах от

районного центра – города Мядель и в 130 километрах от Минска. Будслав является административным центром Будславского сельсовета.

Основным объектом притяжения паломников и туристов в Будслав является чудотворная икона Матери Божьей Будславской – шедевр итальянской живописи XVI века, которая хранится в центральном алтаре Будславского барочного собора Вознесения Пресвятой Девы Марии XVIII века. Объектами притяжения также являются сохранившиеся в соборе реликвиарии с мощами святых, старинный алтарь 1633–1634 годов, органы и фресковая живопись, создающая иллюзию объёма.

Кроме Будславского собора здесь находятся и другие объекты культурной и исторической значимости. Это усадьба Оскерков, от которой сохранились флигель (в настоящее время в нём расположена амбулатория), руины парадного входа усадьбы и въездных ворот, а также парк. На будславском кладбище похоронена народная артистка БССР Павлина Мядёлка, первая исполнительница главной роли в пьесе Янки Купалы «Паўлінка».

В распоряжении Будславского прихода находится частично огороженная территория площадью 8 гектаров. На этой территории расположены Будславский храм, два административно-жилых здания Будславского прихода и хозяйственные здания. За Будславским храмом сохранились фундаменты исторических построек монастыря бернардинцев. Недавно на части территории был разбит фруктовый сад. В дальнем углу расположены общественные туалеты на 50 кабинок. Часть рассматриваемой территории является набережной реки Сервечь. Во время Будславского феста со стороны площади перед храмом возводится временный алтарь. Вся остальная территория представляет собой поросшее травой поле, которое регулярно выкашивается.

Через площадь напротив храма расположен Дом пилигрима имени Папы Франциска, в котором могут разместиться 30 человек. Инициатором его создания является минский приход святых Симеона и Елены во главе с настоятелем Владиславом Завальнюком.

Перед Будславским храмом расположена прямоугольная площадь со сквером размером около 26 300 м<sup>2</sup>, которая является традиционным местом проведения феста. В центре площади находится мемориальный знак в честь жителей Будслава, погибших во время Второй мировой войны. По периметру площади установлены фигуры св. Франциска, св. Антония Падуанского, св. Иосифа и Сердца Иисуса Христа.

Из предприятий торговли и питания в Будславе находится два магазина продовольственных товаров, один магазин хозяйственных товаров, кафе «Павлинка» с открытой летней террасой, а также отделение почты.

В окрестностях Будслава находится открытая в начале 2020 года агроусадьба «Фальварак Раскоша», которая предоставляет приезжим услуги

размещения, питания, экскурсий и досуга на природе. Рассчитана агроусадьба на проживание 15 человек. Хозяин данной агроусадьбы – Евгений Апанасевич, являясь сертифицированным экскурсоводом, проводит экскурсии по местным достопримечательностям и, в частности, Будславскому храму.

Будслав расположен в стороне от магистральных автомобильных дорог Республики Беларусь: ближайшее шоссе – дорога Р29 Вилейка – Ушачи, находится в 11,6 километрах к юго-востоку от деревни. В 3,4 километрах на запад от деревни расположена железнодорожная станция Будслав, на которой останавливаются пассажирские рейсовые поезда, следующие в Вилейку, Молодечно, Полоцк, Глубокое, Поставы [23]. Ежедневно, два раза в день, утром и вечером, из Минска в Будслав и обратно курсирует маршрутное такси [15].

## **2.2 Организационные мероприятия проведения феста в Будславе**

На сегодняшний день Будславский фест – это массовое событийное религиозное мероприятие общенационального значения. Можно выделить его следующие отличительные черты (по ранее обозначенным пунктам, см. с. 14):

1. Основная целевая группа мероприятия – верующие Римско-Католической и Греко-Католической Церкви в Республике Беларусь. Количество посетителей Будславского феста в 2019 году оценивается в 23 000 человек, из них 2 319 человек пеших паломников. Также фест привлекает католиков из соседних стран – Украины, России, Польши, Литвы. Их количество оценивается в приблизительно 700 человек.

2. Фест проводится в деревне Будслав (население 561 человек по состоянию на 01. 01. 2009 года) Мядельского района Минской области, в первую пятницу и субботу июля. Длится фест от 13 часов первого дня (с момента прихода первых пеших паломников) примерно до 12 часов второго дня (до благословления собравшихся верующих). Итого продолжительность феста составляет примерно 23 часа.

3. Поскольку мероприятие является религиозным, то основной частью данного ивента являются Святые Мессы и другие религиозные обряды (исповедь, евхаристическая процессия со свечками, благословление памятков и других девоционалий и т. п.). Соответственно, эти обряды могут осуществлять только духовные лица – священники. Поэтому их можно назвать основным обслуживающим персоналом. Координация и выполнение текущих за-

даний возлагается на светских волонтеров. В качестве волонтеров при подготовке феста ежегодно выступает небольшое количество местных жителей (не более 20 человек), в основном – молодежь. Часто в организации феста помогают приезжие волонтеры – чаще всего из города Молодечно. Также, поскольку Будславский фест является достаточно масштабным мероприятием, привлекающим ежегодно тысячи паломников, для его проведения необходимо привлечение служб скорой помощи, охраны правопорядка, и т. п.

4. Основную роль в продвижении феста играют структуры церковной иерархии, а также конфессиональные СМИ, и в последнее время фест широко освещается также и государственными и независимыми СМИ. Фестиваль позиционируется как празднование в честь национальной святыни Беларуси.

5. Главным ресурсом, который обуславливает существование Будславского феста – это чудотворная икона Матери Божьей Будславской и святыня, в которой она хранится. Также нематериальным ресурсом можно назвать и традицию паломничества к этому месту. Правда, стоит отметить, что для организации феста необходимо привлечение и финансовых ресурсов (в виде пожертвований) и людских ресурсов (разного рода обслуживающий персонал). В качестве части людских ресурсов используются волонтеры местного прихода из-за их особенности: это местные люди, которые обеспечивают себя проживанием, питанием, отдыхом; а также они легкодоступны: их можно мобилизовать в любое время.

6. Взаимодействие и кооперация организаторов Будславского феста с местным сообществом и местными органами власти происходит в разных формах. Во-первых, верующие Будславского прихода участвуют в подготовке к Будславскому фесту, а также, как это уже было отмечено выше, они играют роль светских волонтеров, которые выполняют текущие задания. Во-вторых, местная администрация уже считает данный ивент неотъемлемой частью региона и оказывает активное содействие в проведении мероприятия. Государственные структуры от областной до местной администрации занимаются вопросами благоустройства деревни, состояния подъездных дорог, привлечения объектов общественного питания.

7. Главной целью проведения Будславского феста являются продвижение духовных ценностей, духовного просвещения и духовной общности. Эффективность достижения данных целей измеряется по количеству прибывающих на фест паломников. Финансовая составляющая результатов Будславского феста не стоит на первом месте по важности; поэтому можно утверждать, что Будславский фест – это некоммерческое событийное мероприятие. Хотя стоит отметить, что местный приход всё-таки рассчитывает на пожертвования паломников, продажу devoционалий и памяток с Будславского феста. Собранные средства идут на содержание и реставрацию святыни, а

также на покрытие затрат на организацию и проведение феста. На финансовую составляющую результатов рассчитывают прежде всего торговые объекты, находящиеся в Будславе, а также предприятия общественного питания, осуществляющие выездную торговлю во время феста.

Следует отметить, что массовое событийное мероприятие в Будславе возникло не на пустом месте. Из истории Будслава и Будславского феста, приведённой в Приложении А, чётко прослеживаются принятые монахами-бернардинами менеджерские решения по развитию и популяризации феста и святыни до 1939 года. До 1991 года храм был закрыт, организованных паломничеств и феста не проводилось. После 1991 года начался период возрождения Будславской святыни и феста. В Приложении А также подробно описываются усилия и менеджерские решения Католической церкви, приложенные с целью возрождения, развития, популяризации и повышения статуса феста. Без этих усилий и решений невозможно было бы достичь того уровня и статуса Будславского феста, который мы имеем сегодня.

Поскольку фест в Будславе является массовым религиозным событийным мероприятием общенационального значения, и, соответственно, его организацией занимается Католическая Церковь, необходимо знать и понимать структуру Католической Церкви в Беларуси.

Беларусь поделена на четыре епархии: Минско-Могилёвская (включает в себя г. Минск, Минскую и Могилёвскую области), Пинская (включает в себя Брестскую и Гомельскую области), Гродненская (включает в себя Гродненскую область) и Витебская (включает в себя Витебскую область). Во главе каждой из епархий стоит епископ-ординарий. В некоторых епархиях есть епископы-викарии (помощники епископа-ординария). В каждой епархии существует свой орган управления – епархиальная курия.

Епископы-ординарии находятся в прямом подчинении Ватикана, снимаются и назначаются на должности буллами Папы Римского. Но для координации деятельности епархий на территории Беларуси создана и действует Конференция католических епископов Беларуси, в которую входят все епископы Беларуси, архимандрит Греко-Католической церкви в Республике Беларусь, а также папский нунций в Республике Беларусь. Конференция католических епископов Беларуси инициирует создание различных надепархиальных институтов, необходимых для функционирования Католической церкви в Беларуси (комиссии, секции, в т. ч. и оргкомитет по проведению Будславского феста, т. к. Будславский храм имеет статус Национального Санктуария). Сейчас председателем Конференции католических епископов Беларуси является ординарий Витебской епархии, епископ Олег Буткевич.

Епархии поделены на деканаты, во главе которых стоят деканы. Деканаты делятся на приходы, во главе которых стоят настоятели приходов.

На территории Беларуси также действуют монашеские общины и религиозные организации светских верующих, как международные, так и национальные, которые согласовывают свою деятельность с местными духовными властями.

Конференция католических епископов Беларуси имеет свой электронный информационный орган – интернет-портал «Catholic.by». В каждой епархии имеются свои официальные печатные и информационные органы [11].

Перед началом душпастырского (литургического) года, который начинается с празднованием Рождества Христова 25 декабря, Конференция католических епископов Беларуси разрабатывает и утверждает тему литургического года. Также соответственно этой теме разрабатывается и утверждается план мероприятий, проводимых в приходах Беларуси. Не всегда, но зачастую кульминация этих мероприятий выпадает на проведение Будславского феста. Так, к примеру, в 2013 году (в честь 400-летия присутствия иконы Матери Божьей в Будславе) peregrinacia (странствие) иконы Матери Божьей Будславской по приходам Беларуси торжественно завершилась во время Будславского феста; в 2017 году (в честь 100-летия объявления Матери Божьей в Фатиме, Португалия) peregrinacia (странствие) фигуры Матери Божьей Фатимской по приходам Беларуси была в Будславе во время проведения Будславского феста.

В начале года все заинтересованные структуры Католической церкви готовят свои предложения по проведению очередного Будславского феста. В феврале проводится заседание оргкомитета по проведению очередного Будславского феста, на которой представители заинтересованных сторон представляют свои предложения. В качестве заинтересованных сторон выступают епархиальные курии, Будславский приход, интернет-портал «Catholic.by», редакции католической прессы, издательство Минско-Могилёвской архиепархии «Про Христо», католические и греко-католические приходы, монашеские общины, церковные организации. Путём совместных обсуждений представителями вышеперечисленных заинтересованных сторон вырабатываются общая концепция и предварительный план будущего мероприятия; обозначается его тематическая направленность; утверждается девиз, под которым будет проходить очередной Будславский фест. Этот девиз всегда согласуется с темой литургического года, принятого Конференцией католических епископов Беларуси. Назначаются ответственные за тот или иной аспект проведения феста. Поскольку для организации и проведения феста необходимо привлечение разного рода ресурсов (людские ресурсы, финансовые ресурсы и т. п.), на заседании оргкомитета принимаются решения также и по этим вопросам.

При составлении плана проведения Будславского феста учитываются юбилейные даты, связанные с историей Католической церкви, персоналиями святых и блаженных, историей Беларуси и юбилеями иерархов Католической церкви.

Особая роль в организации проведения будущего феста отводится настоятелю Будславской святыни. Он разрабатывает в общих чертах план и концепцию

проведения феста ещё до заседания оргкомитета. Он же и назначается главным координатором последующей подготовки к проведению феста.

Как правило, идеи выносятся на рассмотрение сторонами в рамках своих компетенций и, как следствие, они же сами назначаются ответственными за реализацию своих идей. Поэтому важны сознательность и активность всех участников обсуждения. Также перед сторонами встаёт необходимость предварительного планирования выносимых на обсуждение идей. Естественно, возможна и кооперация нескольких заинтересованных сторон для достижения большего эффекта.

После утверждения предварительной программы мероприятий заинтересованные стороны начинают работу по организации феста в соответствии с распределёнными полномочиями.

Одним из необходимых этапов подготовки к Будславскому фесту является получение разрешения на проведение массового мероприятия. В Республике Беларусь массовые мероприятия регулируются Законом «О массовых мероприятиях в Республике Беларусь» № 114-З от 30 декабря 1997 года, с последующими правками и дополнениями [18].

Будславский фест проводится на территории Минской области, и государственным органом в лице Минского облисполкома выполняются все процедуры, связанные с согласованием проведения данного массового событийного мероприятия, для которого он является соорганизатором. Для этого ему от лица Будславского прихода передаётся информация о месте, датах и времени проведения мероприятия, плане мероприятия, предполагаемом количестве участников, а также об ответственных за проведение мероприятия от Католической церкви.

Программа феста, принятая на заседании оргкомитета, после получения разрешения на проведение массового событийного мероприятия публикуется на портале «Catholic.by» для дальнейшего обсуждения. Она впоследствии подвержена изменениям и дополнениям. Оргкомитет Будславского феста ещё неоднократно собирается в полном или неполном составе для обсуждений и корректировки плана мероприятия. Окончательный план мероприятия публикуется на портале «Catholic.by» за неделю до непосредственного проведения Будславского феста.

Во время подготовки к фесту проводится несколько пресс-конференций для светских СМИ, на которых презентуется девиз и избранные мероприятия, на которых делается акцент. Обычно первая пресс-конференция проходит после первого заседания оргкомитета по проведению феста. Вторая – перед выходом в Будслав пеших паломников. Третья пресс-конференция проводится непосредственно перед фестом. Целью этих пресс-конференций является повышение интереса к мероприятию среди светских СМИ, как печатных, так и электронных; как государственных, так и частных – чтобы побудить их публиковать информацию о паломничестве и фесте в своих изданиях и/или сайтах.

Следует отметить, что план Будславского феста имеет три традиционные незыблемые составляющие: торжественная встреча паломников настоятелем Будславского храма, ночная процессия со свечками, которая заканчивается ночной службой, а также заключительная служба с евхаристической процессией во второй день. Все остальные мероприятия выстраиваются вокруг этих трёх.

Ежемесячные епархиальные дни духовных встреч – это собрания духовных лиц, работающих в епархии, для доведения до них распоряжений руководства Католической церкви и сбора отчётности. На этих собраниях доводятся до духовных лиц решения по проведению Будславского феста, а также, поскольку Католическая церковь существует за пожертвования, инициируется сбор пожертвований для финансирования затрат, связанных с проведением Будславского феста. Духовные лица, являясь настоятелями приходов, объявляют в них для прихожан о предстоящем Будславском фесте и собирают со своей паствы пожертвования для организации и проведения Будславского феста и паломничества. Собранные средства передаются в епархиальную курию. Пожертвования от юридических лиц на организацию и проведения Будславского феста могут быть зачислены напрямую на расчётный счёт Минско-Могилёвской архиепархии или на расчётный счёт Будславского прихода.

Волонтёрская работа включает в себя разные аспекты неоплачиваемой работы различных структур Католической церкви при подготовке данного массового событийного мероприятия. Основная нагрузка при подготовке феста ложится на плечи местного прихода. Под руководством настоятеля прихода волонтёры проводят генеральную уборку в храме; готовят территории, где будет проводиться фест, для палаточного лагеря пеших пилигримов, для паркинга автобусов и личного транспорта; возводят временный алтарь возле костёла и места для приглашённых официальных лиц и представителей дипломатического корпуса; устанавливают временные палатки для реализации религиозной литературы, devoционалий и презентаций монашеских общин и религиозных движений светских; готовят необходимые ресурсы для обеспечения приезжих питанием; организуют общественные туалеты. Они же проводят мероприятия по наведению порядка после проведения феста. В качестве таких волонтёров выступает небольшое количество местных жителей (не более 20 человек), в основном – молодёжь. Часто в организации феста помогают и приезжие волонтёры – чаще всего из города Молодечно.

Издательство «Про Христо» занимается созданием дизайна наружного визуального оформления феста, в т. ч. и оформления алтаря. Соответствующую подготовку проводят и творческие коллективы, занятые в участии в мероприятии (хоровые коллективы, музыкальные группы и т. п.). Также проводится и подготовка технических служб, которые будут задействованы в техническом обеспечении феста и его информационном освещении.

Мядельский райисполком, как орган местной власти, также заинтересован в организации и проведении Будславского феста, поскольку проведение такого мероприятия – это значительный инфоповод республиканского значения, который обеспечивает присутствие Мядельского района в республиканской информационной повестке. На государственные структуры районного уровня ложатся такие функции, как благоустройство деревни, контроль и поддержание состояния подъездных дорог, обеспечение феста службами охраны правопорядка, скорой помощи и спасательных служб. Перед проведением феста в райисполкоме проводится 2 – 3 встречи, на которых распределяются зоны ответственности государственных служб. Также привлечение объектов общественного питания, которые устанавливают свои палатки на территориях, принадлежащих сельсовету. Местные органы власти, выполняя просьбу организаторов феста, строго ограничивают и контролируют точки общественного питания во время ивента, запрещая реализацию любых алкогольных напитков.

Традиционно на фест приглашаются руководители и представители дипломатического корпуса, а также республиканской, областной, районной и местной администрации.

### **2.3 Организация паломничества в Будслав в католических приходах**

Поскольку Будслав, будучи деревней с населением в 561 человек, находится далеко от крупных населённых пунктов, то грандиозное массовое религиозное мероприятие невозможно было бы провести без приезжих, которые в большинстве своём являются паломниками. Таким образом, паломники являются неотъемлемой частью Будславского феста. Их можно разделить на несколько групп:

1. Организованные паломники, которые условно делятся на следующие подгруппы:

- 1.1. Пешие паломничества (однодневные, многодневные);
- 1.2. Велосипедные паломничества;
- 1.3. Паломничества байкеров;
- 1.4. Автобусные паломничества.

2. Неорганизованные паломники – те паломники, которые совершают паломничество в Будслав индивидуально, и могут прибывать в Будслав как на личном, так и на общественном транспорте.

Те паломники, которые приезжают в Будслав индивидуально, готовятся к паломничеству самостоятельно. Поэтому в данном разделе мы будем рассматривать только группы паломничеств, организуемые приходами Католической церкви в Республике Беларусь.

Одним из самых примечательных аспектов почитания иконы Матери Божьей Будславской является пешее паломничество, кульминацией которого является Будславский фест. Во время подготовки к Будславскому фестивалю Конференция католических епископов Беларуси через епископов и подчинённых им епархиальных курий доводит до настоятелей приходов информацию о предстоящем мероприятии и призывает настоятелей к организации паломничеств в Будслав от этих приходов или присоединению желающих принять участие в паломничестве из этих приходов к паломничествам, организуемым в других приходах. Непосредственной организацией паломничеств в Будслав занимаются настоятели католических приходов совместно с другими духовными лицами, работающими в приходе, и инициативной группой из числа людей, состоящих в приходском совете. Активную помощь в подготовке паломничества им оказывают волонтеры из числа активных местных прихожан, заинтересованных в проведении паломничеств.

Процесс организации паломничеств во всех приходах Беларуси практически одинаков. Отличия имеются в зависимости от продолжительности паломничества, его маршрута и количества паломников, а также от организационных и инфраструктурных ресурсов прихода. Рассмотрим организацию паломничества в Будслав в Минском архикафедральном приходе Пресвятого Имени Пресвятой Девы Марии. Паломничество из Минска в Будслав длится пять дней, её протяжённость составляет 125 километров. Следует отметить, что кафедральный приход организует паломничество в Будслав для группы паломников со всех приходов города Минска. Такие группы паломников называются сборными. Также сборную группу паломников Пинской епархии организует приход Матери Божьей Фатимской в г. Барановичи. Эти сборные группы паломников являются самыми большими в Беларуси: количество паломников в таких группах в некоторые годы доходило до 400 человек, что, естественно, вызывает проблемы при подготовке и проведении паломничества. В последние годы (2014–2019 года) средняя численность паломников в группе от кафедрального прихода составляет 250 человек. В 2020 году в связи с пандемией коронавируса COVID-19 организованного паломничества в Будслав не проводилось.

Подготовка к паломничеству в приходе начинается с разработки маршрута паломничества, с определения всех мест ночёвок и остановок для питания и молитвы. В связи с тем, что пешее паломничество из Минска в Будслав проводится уже 28 лет (с 1992 года), то уже выработан традиционный маршрут, ко-

торый не накладывается на маршруты от других приходов Беларуси. Подробный маршрут паломничества приведён ниже в таблице 1.

Поскольку в пешее паломничество отправляются люди разной физической подготовленности и здоровья, ежедневные переходы между местами ночлега планируются организаторами около 30 км. Также по маршруту следования каждые 1 – 1,5 часа движения группа паломников совершает непродолжительные остановки для отдыха (в таблицу 1 данные остановки не включены). В зависимости от погодных условий могут меняться время, продолжительность и место дневных остановок на отдых, обед и проведение Святой Мессы на природе. Также от погодных условий зависит размещение на ночлег в палаточном лагере: при неблагоприятных погодных условиях организаторы паломничества стараются найти способы размещения паломников в помещении. Для этого маршрут может быть немного скорректирован.

Таблица 1 – Маршрут паломничества из Минска в Будслав в 2019 году.

<b>Дата</b>	<b>Время</b>	<b>Место</b>	<b>Цель остановки</b>
01.07	11:00	Минск, Архикафедральный собор	Святая Месса, начало паломничества
01.07	15:00	около д. Сёмково, Минский район	Дневной отдых
01.07	21:00	д. Вишнёвка, Минский район	Ночлег в палаточном лагере
02.07	5:00		Завтрак на полевой кухне, отправление
02.07	13:00	около д. Жуковка, Минский район	Святая Месса на природе, отдых, обед на полевой кухне
02.07	21:00	д. Калачи, Логойский район	Ужин на полевой кухне, ночлег в местной школе
03.07	5:00		Завтрак на полевой кухне, отправление
03.07	13:00	около д. Посадец, Логойский район	Отдых, обед на полевой кухне
03.07	21:00	д. Ольковичи, Вилейский район	Святая Месса в местной церкви, ужин и ночлег в домах у местных прихожан
04.07	5:00		Завтрак в домах у местных прихожан, отправление
04.07	13:00	около д. Стешицы, Вилейский район	Отдых, обед на полевой кухне
04.07	21:00	д. Долгиново, Вилейский район	Святая Месса в местной церкви, ужин на полевой кухне, ночлег в местной школе
05.07	5:00		Завтрак на полевой кухне, отправление

Окончание таблицы 1.

05.07	13:00	около д. Будслав, Мядельский район	Отдых, обед на полевой кухне
05.07	15:30	д. Будслав, Мядельский район	Торжественная встреча паломников, Святая Месса для всех пеших паломников возле Будславского храма. Размещение в палаточном лагере возле д. Будслав.

Примечание: собственная разработка на основе документов из архива прихода Архикафедрального костёла Имени Пресвятой Девы Марии г. Минска.

С точки зрения законодательства Республики Беларусь, пешее паломничество, как и фест, является массовым событийным мероприятием [18]. Поэтому после разработки плана паломничества от лица прихода за подписью митрополита Минско-Могилёвского в Комитет по делам религий и национальностей при Совете Министров Республики Беларусь в конце апреля подаётся заявка на проведение паломничества. В заявке указываются маршрут, даты проведения мероприятия, предполагаемое количество участников, а также ответственный за проведение мероприятия. После получения разрешения на проведение паломничества во все заинтересованные инстанции по маршруту следования отправляются уведомительные письма о проведении паломничества и приглашения к содействию.

После этого этапа организацию паломничества можно поделить на несколько основных составляющих:

1. Мотивация и организация людей, желающих принять участие в паломничестве.
2. Организация ночлегов.
3. Организация питания.
4. Организация безопасности.
5. Организация духовной практики и досуга.
6. Планирование технических аспектов при проведении паломничества.
7. Финансирование проведения паломничества.

Рассмотрим организацию паломничества по каждому из этих пунктов.

1. *Мотивация и организация людей, желающих принять участие в паломничестве.* Паломничество в Будслав уже стало традиционным ежегодным мероприятием. Поэтому многие из прихожан, которые хотят поучаствовать в паломничестве, даже до получения официального разрешения на проведение паломничества составляют свои планы на лето с учётом этого мероприятия. После того, как разрешение получено, настоятель костёла в

течение месяца после каждой из служб делает объявления о паломничестве и мотивирует записываться на него. Однако, традиционно так сложилось, что желающие активно начинают записываться на паломничество только в последние четыре недели. Во-первых, это связано с тем, что в паломничестве идёт много студенческой молодёжи, которая может строить свои планы на лето только после сдачи экзаменационной сессии. Во-вторых, на многих предприятиях формируется график отпусков; и у работающих на таких предприятиях есть проблемы с тем, чтобы взять отпуск в удобное для них время. Несмотря на то, что ограничений по возрасту для участия в паломничестве не существует, имеются следующие условия, связанные с возрастом. Дети до 14 лет могут идти в паломничество только со своими родителями. Количество детей на одного взрослого не должно быть больше трёх. Дети в возрасте от 15 до 18 лет могут идти в паломничество только вместе с родителями или опекуном. В качестве опекуна может выступать совершеннолетний родственник или хорошо знакомый его семье человек.

В подготовительный этап паломничества также включено и изготовление тематических хоругвий, а также отличительных знаков (платки, значки, бейджи и футболки) участников паломничества. В эту деятельность активно вовлечены представители приходской молодёжи, что является своеобразной мотивацией для участия в паломничестве.

За три дня до выхода паломников прекращается запись желающих; и в кафедральном костёле проводится общее собрание паломников, на котором доводится до сведения пилигримов следующая информация: список вещей, которые необходимо взять с собой каждому паломнику, место и время сбора перед началом паломничества. Проходит инструктаж о правилах поведения в паломничестве, а также о тех мерах, которые будут приняты к нарушителям правил во время паломничества. Напоминают о необходимости каждому паломнику взять вещи, средства и лекарства в соответствии с их индивидуальными особенностями и потребностями.

*2. Организация ночлегов.* По маршруту следования паломников заранее проезжает представитель прихода – чаще всего, настоятель. В населённых пунктах, где запланированы ночлеги, он предоставляет в местные органы власти уведомительное письмо о паломничестве, а также копию разрешения на проведение массового событийного мероприятия, выданного Комитетом по делам религий и национальностей при Совете Министров Республики Беларусь. На основании этих документов он договаривается об организации ночлега, питания и паркинга сопровождающего паломничество транспорта. На маршруте существует три варианта ночлега паломников: первый – в школе; второй – разбив палаточный лагерь; третий – распределив паломников по домам местных жителей.

Самый оптимальный вариант – это размещение паломников в школе. Он удобен тем, что качество размещения не зависит от погодных условий; и площадь позволяет разместить большое количество паломников. За ночлег паломников школа денег не берёт, однако, благосклонно относится к безвозмездной помощи в виде стройматериалов на ремонт, а также оборудования, которое может использоваться в учебном процессе (компьютер, швейная машинка, школьная доска, и т. п.). О формах и времени оказания такой материальной помощи представитель прихода договаривается с местной администрацией.

Разбивка палаточного лагеря может иметь свои минусы при непогоде; также она требует достаточно большой площади. Палаточный лагерь в основном разбивают либо на территории, прилегающей к школе, либо к местной католической церкви. Организация палаточного лагеря согласовывается представителем прихода с местной администрацией.

Распределение паломников по домам местных жителей возможно только при остановке в достаточно большой деревне, где большинство жителей являются прихожанами местной католической церкви. В связи с этим при таком размещении существует ограничение по количеству паломников в группе. Также в этом случае традиционно люди, принимающие паломников, обеспечивают паломников ужином и завтраком. Организация такого вида ночёвки согласовывается представителем прихода с настоятелем местного прихода; местная администрация ставится в известность.

3. *Организация питания.* Питание – это, пожалуй, одна из самых ответственных и дорогостоящих составляющих при организации паломничества. Каждый приход, организующий паломничество, решает эту проблему индивидуально. Некоторые готовят порционные комплекты стационарно и потом подвозят их к точкам питания паломников. Другие договариваются о питании с жителями населённых пунктов, через которые проходят паломники – однако, в этом случае численность группы должна быть небольшой (обычно до 50 человек).

Организаторы рассматриваемого нами паломничества ввиду многочисленности паломников вынуждены были пойти другим путём. В начале 2000-х для этих целей приходом была приобретена полевая кухня, которая хранится в гараже одного из прихожан на частном участке под Минском. Поскольку эта полевая кухня используется один раз в год, то за две недели до паломничества группа волонтеров, среди которых есть профессиональные повара, снимают её с хранения, чистят, моют, проверяют работоспособность и, при необходимости, проводят необходимый ремонт. Также в это время уже можно оценить количество паломников, которое собирается пойти в паломничество. Исходя из маршрута паломничества, количества па-

ломников и вариантов ночлега паломников, а также опыта предыдущих лет, составляется приблизительное меню на каждый день паломничества, производятся расчёт необходимых ингредиентов и закупка продуктов, способных к длительному хранению. Скоропортящиеся продукты (овощи, зелень и т. п.) приобретаются небольшими партиями в расчёте максимум на два дня и подвозятся к паломникам, либо у местных жителей в населённых пунктах по маршруту движения. В связи с тем, что полевая кухня работает на керосине, то закупаются и запасы керосина на первые дни. Воду для готовки берут в населённых пунктах по маршруту движения из местных источников (колодцы, колонки, водонапорные башни и т. п.).

Перед началом паломничества нанимается грузовой автомобиль с фургоном для транспортировки полевой кухни. В фургон загружаются закупленные продукты, топливо, кухонная утварь. Эту машину сопровождают волонтеры во главе с профессиональными поварами, которые будут обслуживать кухню и готовить на ней.

В первый день паломники питаются самостоятельно. Со второго дня поварская бригада с полевой кухней обеспечивает паломников трёхразовым питанием, кроме случаев, когда идёт распределение паломников на ночлег по домам.

Для приёма пищи каждый паломник берёт с собой индивидуальную посуду и столовые приборы, поскольку полевая кухня не предоставляет посуды для индивидуального пользования.

4. *Организация безопасности.* Большое внимание уделяется и всем видам безопасности паломников. Можно разделить меры по обеспечению безопасности на те, что предпринимаются непосредственно самими организаторами паломничества и на те, что обеспечиваются государственными службами.

Организаторы паломничества на этапе записи в паломничество из желающих выявляют профессиональных медиков и наиболее активных ответственных людей. Медики, идущие в составе колонны, берут на себя работу по оказанию медицинской помощи и мониторинга состояния здоровья паломников и имеют право совместно с руководителем по медицинским показаниям снять и отправить домой любого паломника. Эти люди в колонне выделяются наличием нарукавных повязок с изображением медицинского креста. Медицинским работникам выдаётся аптечка с набором медицинских препаратов первой необходимости.

Наиболее активные ответственные люди привлекаются к организации движения колонны по обочинам дорог. Для этого им выдаются жилеты со светоотражающими элементами, рации для поддержания связи между собой и ограничительные шнуры с флажками, которые они растягивают и несут по

краю проезжей части, когда движение колонны происходит по обочине дороги. Также в их компетенцию входит организация движения колонн на перекрестках.

Для обеспечения безопасности колонну сопровождают два легковых автомобиля. Данные автомобили являются собственностью священников или прихожан. В функции водителей этих легковых автомобилей входит предупреждение по рации колонны о небезопасных ситуациях на дороге, помощь отставшим от основной колонны, а также при необходимости экстренной помощи – доставка пострадавшего в учреждение здравоохранения.

Шалости и выходки, ставящие под угрозу безопасность паломников, недопустимы. Любые такие действия наказываются снятием с паломничества.

Со стороны государственных служб также проводятся мероприятия, направленные на повышение безопасности паломников. К примеру, зачастую колонну паломников при движении по дорогам сопровождает автомобиль службы ГАИ.

*5. Организация духовной практики и досуга.* Организация духовной практики и досуга ложится на духовных лиц, участвующих в паломничестве. Во время паломничества идущие вместе с паломниками священники как минимум раз в день отправляют Святую Мессу и уделяют Святое Причастие паломникам. Также они уделяют паломникам таинство исповеди, а вместе с монахами и монахинями во время движения колонны паломников молятся разнообразными молитвами, в том числе и на святом розарии. Чтобы снять усталость и поднять настроение паломникам, все вместе с помощью громкоговорителей поют песни. Чтобы вовлечь в эти пение и молитвы как можно больше паломников, перед каждым паломничеством издаётся небольшая брошюра-песенник под названием «Брама да неба: Спеўнік пілігрыма Мінск – Будслаў», которая включает в себя тексты основных молитв и песен. В первый день паломничества эта брошюра раздаётся каждому паломнику.

*6. Планирование технических аспектов при проведении паломничества.* Во время паломничества используется разнообразный инвентарь и оборудование. Поэтому при планировании паломничества организаторам приходится учитывать и материально-техническое обеспечение паломничества.

В начале 2000-х годов, во время первых паломничеств в Будслав, приходом были приобретены:

- для организации палаточного лагеря – многоместные палатки и туристские коврики;

- для коммуникации ответственных лиц (медперсонала, организаторов движения и руководителей паломничества) – портативные рации;
- для ежедневного пользования во время переходов – громкоговоритель, ограничительные шнуры, жилеты со светоотражающими элементами;
- для организации питания – полевая кухня с кухонной утварью;

Весь этот инвентарь и оборудование перед началом паломничества должен быть подвергнут осмотру, проверке на работоспособность и, при необходимости, ремонту или замене. Этим занимаются волонтеры из числа прихожан.

Также до начала паломничества арендуется автомобиль, который перевозит рюкзаки с личными вещами паломников, палатками, туристическими ковриками и т. п.

7. *Финансирование проведения паломничества.* Организация паломничества является достаточно затратным мероприятием. Можно выделить следующие статьи затрат (приведены цены по состоянию на 2019 год):

- аренда грузового автомобиля, транспортирующего полевую кухню (на пять дней) – 540 руб./день × 5 дней = 2700 рублей;
- аренда грузового автомобиля, который перевозит рюкзаки с личными вещами паломников, палатками, туристическими ковриками (на пять дней) – 540 руб./день × 5 дней = 2700 рублей;
- оплата топлива для машин сопровождения – 1,80 руб./литр × 150 литров = 270 рублей;
- затраты на продукты питания – 5 300 рублей;
- оплата топлива для полевой кухни – 1,80 руб./литр × 420 литров = 756 рублей;
- затраты, связанные с размещением – 3000 рублей;
- затраты на ремонт и обновление необходимого инвентаря – 1500 рублей;
- прочие организационные затраты (создание знаков отличия, хоругвей; издание песенника и т. п.) – 800 рублей.

Таким образом, затраты на ежегодное паломничество составляют примерно 17 026 белорусских рублей, с учётом того, что капитальные затраты на приобретение полевой кухни, громкоговорителей, раций, палаток, туристических ковриков, кухонных принадлежностей и т. п. были произведены в первые годы организации паломничества; и сейчас организаторы используют имеющиеся у них в распоряжении ресурсы.

Что касается покрытия расходов на паломничество, следует отметить, что Католическая Церковь и все её структуры – это религиозные организа-

ции. Закон Республики Беларусь «О свободе совести и религиозных организациях», гласит, что «религиозные организации являются некоммерческими организациями» [20]. Соответственно, предоставлять коммерческие услуги и брать за них оплату религиозные организации не имеют права. Поэтому бюджет паломничества формируется за счёт добровольных пожертвований. Установлена традиция, что каждый участник паломничества вносит минимальную сумму пожертвования 20 белорусских рублей. Эта сумма не фиксирована: она может быть большей; а в некоторых случаях (многодетные семьи, люди с тяжёлым материальным положением) и меньшей. При численности паломников в среднем 250 человек этими пожертвованиями, собранными с паломников, покрывается только 5 000 из 17 026 белорусских рублей общих затрат. Остальная часть затрат компенсируется целевым сбором пожертвований на паломничество среди прихожан минских приходов. Также на паломничество жертвуют и юридические лица путём перечисления средств на расчётный счёт Минско-Могилёвской архиепархии.

Следует принять во внимание, что при данных условиях и сложившейся материально-технической и инфраструктурной базе рассматриваемое нами паломничество Минск – Будслав достигло своего предела по количеству участников. Опыт показывает, что при увеличении количества паломников более 300 человек начинаются проблемы с обеспечением паломников питанием, размещением и безопасностью при прохождении отрезков маршрута, при которых движение паломников осуществляется по обочине проезжей части. Оптимальное количество участников этого паломничества равно 250 человек.

Опыт организации пешего паломничества в Будслав не оригинален: он был позаимствован и адаптирован к нашим условиям у имеющих давний и непрерывный опыт организации пеших паломничеств внутри страны приходов Католической Церкви в Польше.

Хоть пешее паломничество является одним из самых знаковых элементов Будславского феста и, соответственно, ему уделяется больше внимания как организаторами, так и СМИ, наибольшее количество паломников приезжает в Будслав организованными группами на автобусах. К примеру, в 2019 году пешее паломничество в Будслав совершило 2 319 человек со всей Беларуси, а общее количество присутствующих участников феста, по оценке организаторов, составило около 23 000 человек, из них, в составе организованных автобусных групп прибыло примерно 8 000 человек. От прихода Минского архикафедрального собора на Будславский фест обычно организуются четыре туристических автобуса с паломниками. Также от других приходов города Минска отправляется: от церкви святых Симеона и Алены – 6 автобусов; от церкви святого Роха на Золотой Горке и от церкви святого

Яна в Серебрянке – по 2 автобуса; от приходов в Чижовке, Каменной Горке, Лошице, Зелёном Луге – по одному автобусу. Итого только из Минска в Будслав отправляется 18 автобусов. При среднем количестве мест в автобусе в 40 только из Минска на автобусах на фест приезжает 720 паломников.

Автобусное паломничество организуется проще: достаточно своевременно каждому приходу арендовать необходимое количество автобусов. Стоимость аренды одного автобуса делится на количество паломников в автобусе, и эту стоимость оплачивают паломники.

## 2.4 Мероприятия по продвижению Будславского феста

Будславский фест, как массовое религиозное событийное мероприятие, несмотря на свою специфику (некоммерческое мероприятие, организатором которого является религиозная организация), является массовым мероприятием, которое предоставляет услуги. Эти услуги необходимо продвигать с целью привлечения потребителей к данному фестивалю вследствие прямой зависимости объёма пожертвований и объёма выручки местных субъектов торговли от количества посетителей феста. В настоящее время массовые религиозные событийные мероприятия по всему миру привлекают множество туристов, как внутренних, так и международных. Эти условия обуславливают необходимость проведения маркетинговых мероприятий и, соответственно, использования маркетинговых инструментов.

Во главе 1 мы рассматривали модель AIDA – один из маркетинговых инструментов, который широко используется при составлении программ по продвижению товаров и услуг (см. с. 16–17). Применим эту модель к Будславскому фесту, описав реализацию каждого из этапов модели AIDA применительно к данному массовому событийному мероприятию.

1. *Attention («Внимание»)*. Во время организации Будславского феста как религиозного фестиваля повышается осведомлённость о нём среди потенциальных паломников. Традиционно в качестве каналов связи выступают непосредственно церковные структуры, которые через своих представителей, священников, объявляют о предстоящем событии среди верующих по всем приходам Беларуси. Также большую роль в информировании о предстоящем мероприятии играют религиозные СМИ, как традиционные печатные, так и электронные. Также в осведомлённость верующих о существовании чудотворной иконы (а, соответственно, и Будславского феста) вносят вклад акции, проводящиеся в честь данной реликвии. Например, в 2012–2013 годах в честь 400-летия

присутствия иконы Матери Божьей в Будславе проходила peregrinatsiya (странствие) копии иконы Матери Божьей Будславской по католическим приходам всех епархий Беларуси.

Поскольку в последнее время религиозные фестивали привлекают не только непосредственно религиозных паломников, но и людей, которые заинтересованы в них как нематериальных объектах культурного наследия, всё большее значение в качестве каналов коммуникации приобретают социальные сети и светские средства массовой информации. Освещение проведения Будславского феста в этих электронных средствах массовой коммуникации и новости, связанные с Будславским фестом и Будславом, помогают данному фестивалю оставаться в информационном пространстве и поддерживать его узнаваемость как бренда среди массовых религиозных событийных мероприятий, проводящихся в Беларуси.

Список мероприятий, приведённый здесь, не является исчерпывающим: повышение осведомлённости о Будславском фесте может принимать самые разные формы, такие, как распространение по приходам копий иконы Матери Божьей Будславской, выпуск Национальным Банком Республики Беларусь в 2013 году серебрянной и медно-никелевой монет в честь иконы Матери Божьей Будславской [16], постройка и освящение храма в честь Матери Божьей Будславской [8], и т. п.

2. *Interest («Интерес»)*. Применительно к Будславскому фесту образную составляющую данного массового религиозного событийного мероприятия можно условно разделить на религиозные образы и социально-культурные образы.

Религиозные образы основаны на классической трактовке Божественного вмешательства в жизнь человека. Участвуя в фесте, молясь перед иконой Матери Божьей Будславской, верующий получает покровительство Матери Божьей, которая может исполнить его желания и будет защищать его от невзгод и страданий. С этими образами связаны классические эмоции веры, надежды, любви, которые использует Католическая церковь для привлечения на фест посетителей из числа верующих.

Социально-культурные образы базируются на чувстве принадлежности людей к общности, как религиозной (принадлежность к католической вере), так и культурно-исторической (принадлежность к белорусской нации, участие в мероприятии, которое имеет культурную и историческую значимость). С этими образами связаны эмоции вдохновения, энтузиазма. Эти образы и эмоции преимущественно используются в привлечении посетителей на Будславский фест светскими СМИ и пользователями социальных сетей.

У туристов, которые заинтересованы в посещении религиозных фестивалей как воплощений культурных традиций, можно формировать образы

религиозного фестиваля как загадки, тайны. При таком подходе могут использоваться эмоции удивления и интереса.

3. *Desire* («Желание»). Применительно к Будславскому фесту как массовому религиозному событийному мероприятию данный этап модели AIDA реализуется следующим образом. Среди религиозных паломников заинтересованность в Будславском фесте транслируется путём передачи сообщений о том, что посещение данного фестиваля и/или паломничество к чудотворной иконе Матери Божьей Будславской принесёт паломнику такие блага, как отпущение грехов, духовное очищение, помощь в достижении поставленных перед собой целей.

Организаторы Будславского феста стремятся стимулировать желание потребителей посещать данный ивент, поддерживая постоянный интерес к этому массовому событийному мероприятию. Каждый год фест проходит под своим уникальным девизом, отражающим актуальные темы в жизни Католической церкви как в мире, так и в Беларуси. В соответствии с этим девизом каждый год составляется уникальная программа мероприятия. Примерами уникальных событий, которые происходят во время феста, являются:

- 1) посещение феста Папскими Легатами, а также приглашёнными зарубежными иерархами Католической церкви;
- 2) в дни феста в Будслав также привозят разнообразные реликвии из-за рубежа или с других приходов Беларуси;
- 3) награждение заслуженных деятелей Католической церкви Беларуси;
- 4) презентации новых изданий;
- 5) популяризация деятельности монашеских общин и церковных организаций светских.

При освещении в религиозных и светских СМИ программы проведения очередного феста делается акцент на его индивидуальных особенностях и уникальных событиях.

Среди туристов, которые заинтересованы в посещении Будславского феста как объекта нематериального культурного наследия, может транслироваться сообщение о том, что посещение данного фестиваля будет являться уникальным опытом, приносящим аутентичные, незабываемые впечатления.

4. *Action* («Действие»). Как отмечалось ранее, данный этап характеризуется окончательным действием потребителя по приобретению товара или услуги. В случае с Будславским фестом как массовым религиозным событийным мероприятием, покупкой является посещение этого мероприятия. Так как Будславский фест – это некоммерческое событийное мероприятие (посещение данного мероприятия бесплатное и не лимитируется по количеству посетителей), для реализации данной функции необходимо создание условий для посещения потенциальных потребителей Будславского феста. Для этого по

приходам Католической церкви в Республике Беларусь организуются группы паломников, как пеших, так и автобусных. Также любой желающий может посетить данное мероприятие индивидуально, используя личный или общественный транспорт.

Сильное влияние на принятие решения посетить Будславский фест для целевой аудитории (верующие католической конфессии) в силу своей специфики играет авторитет приходского священника, который настоятельно рекомендует своим прихожанам посетить фест.

Как отмечалось ранее, работа по продвижению продукта не заканчивается на его покупке (в случае с Будславским фестом – на его посещении). Организаторы феста так же, как и другие производители товаров и услуг, заинтересованы в том, чтобы человек, посетивший фест однажды, посетил его ещё раз.

Эти цели достигаются следующими способами. Во-первых, как отмечалось выше, организаторы мероприятия стремятся поддерживать постоянный интерес к этому ежегодному массовому событийному мероприятию. Каждый фест индивидуален и имеет свою уникальную программу. Как следствие, при освещении в СМИ очередного феста делается акцент на его индивидуальных особенностях и уникальных событиях. Во-вторых, в современном мире большую маркетинговую нагрузку выполняют социальные сети, в том числе в деле привлечения новых потребителей. Посты (текстовые и фото) в социальных сетях от посетителей Будславского феста, повествующие о прошедшем фесте, побуждают других пользователей социальных сетей посетить фест в следующем году.

В связи с тем, что в Беларуси традиция проведения таких мероприятий в советское время была прервана, и сейчас происходит её возрождение, на данный момент организаторы Будславского феста многие маркетинговые мероприятия копируют с подобных религиозных фестивалей, которые проводятся в Центральной и Западной Европе, где к продвижению таких мероприятий привлекают и профессиональных маркетологов. Таким образом, маркетинговые решения, которые были выработаны при организации религиозных фестивалей в Центральной и Западной Европе, эффективно используются и при организации Будславского феста.

## **2.5 Финансовые результаты проведения Будславского феста**

Будславский фест – это некоммерческое событийное мероприятие, поскольку посещение данного мероприятия бесплатное. Хотя стоит отметить, что

Католическая церковь рассчитывает на пожертвования паломников, продажу девоционалий (небольшие культовые предметы, используемые в религиозных обрядах, такие, как иконки, крестики, медальоны, молитвенные чётки, свечи и т. п.) и памяток с Будславского феста. Каждый год этой деятельностью на фесте в Будславе занимается порядка восьми субъектов религиозных организаций. На финансовую составляющую результатов феста рассчитывают торговые объекты, находящиеся в Будславе, а также предприятия общественного питания, осуществляющие выездную торговлю во время феста, которые в большинстве своём зарегистрированы в Мядельском районе. Ежегодно на фесте задействовано около десяти таких организаций. Также доход получают местные агроусадьбы и домохозяйства, предоставляющие услуги размещения. Финансовым результатом феста является выручка субъектов хозяйствования, ведущих свою деятельность на данном фесте. Оценим выручку этих субъектов хозяйствования за время феста в 2019 году.

Ввиду того, что на каждом Будславском фесте ведут свою деятельность субъекты разных форм собственности и принадлежности, получить данные по объёму выручки субъектов, задействованных в проведении Будславского феста, не представляется возможным. Однако, можно провести оценку объёма выручки, определив затраты посетителей данного массового событийного мероприятия. Для этого автором был проведён опрос людей, посетивших Будславский фест в 2016–2019 годах. Респондентам предлагалось ответить на четыре вопроса касательно их возраста, а также их трат на фесте по трём категориям затрат: на пожертвования; на покупку девоционалий, памяток, сувениров и религиозной литературы и на питание [19]. Опрос проводился с помощью Интернет-сервиса «Google формы». Респондентами являлись принадлежащие к католической конфессии друзья и знакомые автора, также автор просил респондентов распространить опросник среди своих знакомых, друзей, родственников. Всего было опрошено 83 человека.

Следует отметить, что в опроснике не было вопросов по затратам на средства размещения; несмотря на то, что Будславский фест – это мероприятие, продолжающееся практически сутки и включающее в себя одну ночёвку. Традиционно белорусские паломники не пользуются средствами размещения в Будславе и близлежащих населённых пунктах, ночуя либо в палаточном лагере для пилигримов или в транспортных средствах, на которых они приехали на фест. Средства размещения в Будславе и близлежащих населённых пунктах востребованы в основном паломниками из-за рубежа и наиболее состоятельными посетителями. Но оценить выручку, получаемую за счёт предоставления услуг средств размещения, не предоставляется возможным.

Результаты опроса были обработаны и распределены по трём возрастным группам: молодёжь (от 15 до 29 лет); люди среднего возраста (от 30 до 49 лет) и

старшее поколение (50 лет и старше). На основании собранных данных были рассчитаны средние показатели затрат по каждой статье расходов как для каждой из возрастных групп, так и в общем. Результаты приведены ниже в таблице 2.

Таблица 2 – Затраты паломников разных возрастных категорий на Будславском фестивале.

Возрастная категория	Количество респондентов (чел.)	Средняя сумма затрат на... (BYN/чел.)			Общая средняя сумма затрат (BYN/чел.)
		пожертвования приходу	покупку деволюционных, памяток, сувениров и религиозной литературы	питание	
15 – 29	26	11,69	22,63	22,31	56,63
30 – 49	34	28,82	32,94	32,41	94,17
50+	23	28,04	15,27	26,22	69,53
<b>По всем возрастным категориям</b>	<b>83</b>	<b>23,24</b>	<b>22,63</b>	<b>27,53</b>	<b>73,40</b>
Год проведения феста	Количество участников	Сумма затрат всех паломников на... (BYN)			Общая сумма затрат всех паломников
		пожертвования приходу	покупку деволюционных, памяток, сувениров и религиозной литературы	питание	
2019	23 000	534 520,00	520 490,00	633 190,00	1 688 200,00

Примечание: собственная разработка на основе [19]

Общая средняя сумма затрат на одного человека составила 73,40 белорусских рублей. Данный показатель примем за сумму затрат среднестатистического посетителя Будславского фестиваля. Умножив это значение на количество паломников в 2019 году (23 000 человек), можно получить оценочный объем выручки субъектов, задействованных в проведении Будславского фестиваля. Так, в 2019 году средняя сумма затрат всех паломников составила 1 688 200 белорусских рублей.

От проведения фестиваля в Будславе получают средства не только субъекты хозяйствования Будслава и Мядельского района. Проведение Будславского фестиваля как крупного массового религиозного событийного мероприятия с участием в нём более 20 000 паломников со всей Беларуси и из-за рубежа невозможно без организации многочисленных групп паломников. Организация паломничества в Будслав приносит выручку субъектам хозяйствования различной сферы деятельности, которые находятся в основном вне Мядельского района. К примеру, бюджет пешего паломничества 2019 года Минск – Будслав, в котором

приняло участие 250 человек, рассчитанный ранее в этой работе (см. с. 39), составляет примерно 17 000 белорусских рублей. Сюда входят питание паломников по пути следования; аренда машин сопровождения; размещение паломников на ночёвки и приобретение необходимого инвентаря. В 2019 году количество пеших паломников, прибывших в Будслав, составило 2 319 человек. Принимая паломничество Минск – Будслав за эталон, можно оценить бюджет всех пеших паломничеств в Будслав в сумму около 157 700 белорусских рублей.

Пешее паломничество является одним из самых знаковых элементов Будславского феста, однако, большинство паломников приезжает в Будслав организованными группами на автобусах. Можно оценить количество таких паломников в 8 000 человек. Для организации их трансфера в Будслав необходимо около 180 автобусов с 45 местами. Аренда одного такого автобуса на время феста составляет приблизительно 960 белорусских рублей. [26] Исходя из этого, можно оценить объём транспортных услуг по доставке пилигримов на фест в Будслав в сумму 172 800 белорусских рублей.

Таким образом, по нашим оценкам, экономические субъекты, задействованные в организации и проведении Будславского феста и паломничеств в Будслав при организации и проведении Будславского феста в 2019 году получили 2 018 700 белорусских рублей.

Можно сделать вывод о том, что Будславский фест – это мероприятие, организация, проведение и продвижение которого, как и любого массового событийного мероприятия, требует привлечения ресурсов, как материальных, так и финансовых и людских. Хотя традиция проведения феста была прервана в 1940-х годах, с начала 1990-х годов наблюдается её активное возрождение. Было приложено много усилий к возрождению традиции проведения Будславского феста, но для того, чтобы привлечь на данный фестиваль как можно большее количество посетителей, сделать его неотъемлемой частью культурной жизни страны, включить его в продуктовые профили туристских фирм и увеличить его известность за границами Беларуси, необходимо принять дополнительные действия.

В настоящее время организацией фестиваля в основном занимаются структуры Католической Церкви в Республике Беларусь разного уровня. Для развития данного массового событийного религиозного мероприятия и его продвижения им придётся внедрять новые подходы и идеи в области менеджмента и маркетинга. Представители местного сообщества, местные и республиканские органы власти должны видеть в Будславском фесте инструмент для развития региона и также вносить вклад в развитие религиозного фестиваля и Будслава как туристской дестинации.

Развитие паломничеств в Будслав как неотъемлемой части Будславского феста также должно быть частью программы по развитию рассматриваемого массового религиозного событийного мероприятия. Оно должно включать в себя координацию усилий со стороны как Будславского прихода, так и иных заинтересованных сторон, задействованных в организации паломничеств, как пеших, так и автобусных.

### ГЛАВА 3

## ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ МАССОВЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ШИЛУВЫ И ЛИХЕНЯ СТАРОГО)

При сравнительном анализе Будславского феста с подобными массовыми религиозными событийными мероприятиями, которые проводятся за рубежом, мы ставим задачу определить дальнейшие пути развития Будславского феста и дестинации, в которой он проводится, для увеличения количества посетителей и, как следствие, наиболее эффективного использования потенциала имеющихся ресурсов и, соответственно, развития Будслава и Будславского феста. Анализ позволит также определить, какие менеджерские решения и инфраструктурные преобразования можно будет в дальнейшем использовать для достижения перечисленных выше целей.

Поскольку Будславский фест – массовое событийное мероприятие, проводимое Католической церковью, для анализа зарубежного опыта мы будем рассматривать примеры христианских религиозных мероприятий, проводимых этой конфессией. В мире Католической Церковью проводится большое количество разнообразных массовых религиозных событийных мероприятий, посвящённых разным аспектам религиозной жизни и деятельности Католической церкви, литургического календаря, и т. д. По объективным причинам, места их проведения разнообразны по климатическим, географическим, социально-культурным и инфраструктурным условиям. Поэтому для сравнения с Будславским фестивалем необходимо выбрать фестивали, проводящиеся в схожих условиях, близкие по структуре, организации и целевой аудитории.

Для сравнения зарубежных религиозных фестивалей с Будславским фестивалем были определены следующие критерии отбора:

1. В населённом пункте, в котором проводится массовое религиозное событийное мероприятие, проживает примерно столько же человек, сколько и в Будславе.
2. Вблизи места проведения феста нет крупных городов.
3. Местный религиозный фестиваль посвящён чудотворной иконе Матери Божьей.
4. Религиозное массовое событийное мероприятие, посвящённое почитанию данной иконы, является общенациональным и, соответственно, собирает паломников со всей страны.

5. Социально-культурные и исторические условия в стране проведения феста схожи с условиями Беларуси.

6. Фест должен проводиться в тёплое время года.

В качестве зарубежных религиозных фестивалей для проведения сравнительного анализа были выбраны фест в деревне Шилува (Литва) и в деревне Лихень Стары (Польша).

Фест в Шилуве, известный также под названием «Шилинес», проводится ежегодно в начале сентября в честь иконы Матери Божьей Шилувской. Место проведения – деревня Шилува с населением примерно в 630 человек, находящаяся в центральной части Литвы, в Расейняйском районе Каунасского округа. Удалённость Шилувы от Вильнюса – 190 километров; от ближайших областных центров – Каунаса и Шауляя – 100 километров и 53 километра соответственно; от ближайшего города – Расейняя – 19 километров.

Шилува находится на дороге регионального значения 148, которая проходит от города Расейняй до пересечения с трассой А9 у города Радвилишкис. Железнодорожного сообщения в Шилуве нет. В Шилуве находится остановочный пункт для автобусов междугороднего сообщения.

Истории феста в Шилуве и Будславского феста схожи. Первое объявление чудотворной иконы в Шилуве произошло в 1603 году. Храм в Шилуве несколько раз укрупнялся и перестраивался, пока во второй половине XVIII века не был построен барочный храм, который виден и сегодня. Икона была коронована папскими коронами в 1775 году.

Фест в Шилуве на протяжении многих лет привлекал много верующих со всей Литвы. В 1875 году, на столетие коронации иконы собралось около 40 тысяч человек. Во время независимости Литвы в межвоенный период, в Шилуву отправлялись паломничества со всей Литвы. В советское время власти боролись с культом Матери Божьей в Шилуве, запрещали паломничества к святыне. К примеру, в 1979 году, под предлогом эпидемии свиной чумы, советские власти перекрыли все дороги в регионе. Однако, полностью искоренить культ не удалось: ежегодно во время феста к святыне проходили многочисленные паломники. После восстановления независимости Литвы культ получил дальнейшее развитие. [49]

Традиционная дата проведения феста – 7 сентября; однако, с 2011 года фест проводится в течение недели с 7 по 15 сентября. Это было сделано из-за многочисленности паломников, желающих поучаствовать в фесте. В настоящее время фест в Шилуве ежегодно собирает порядка 50–75 тыс. человек.

Вместе с этим в Шилуве, помимо феста, проводятся и массовые религиозные мероприятия, посвящённые разным годовщинам, которые связаны с историей Литвы. Так, к примеру, 30 августа 2020 года в Шилуве проводилось ре-

лигиозное мероприятие, посвящённое 30-летию восстановления независимости Литовской Республикой.

Список мероприятий, проводимых в Шилуве, не ограничивается религиозными мероприятиями: в Шилуве также проводятся и такие культурные мероприятия, как выступления театральных трупп, вечера классической и джазовой музыки. Таким образом, происходит развитие Шилувы как туристской дестинации, специализирующейся на круглогодичном приёме туристов, ставящих целью посещения не только духовное очищение и просвещение, которые являются традиционными мотиваторами для посещения таких дестинаций религиозными туристами.

Паломников в Шилуве привлекает не только храм с чудотворной иконой Матери Божьей. Посетителей Шилувы привлекают также часовня, построенная в 1924 году в модернистском стиле в честь юбилея объявления Матери Божьей; традиционные четырнадцать стояний католического богослужения Крёстного пути, оформленные в виде монументов в лесном массиве около деревни Шилува; десять таинств молитвы Розария, оформленных в виде каменных крестов высотой 3,5 метра, с бронзовыми барельефами, расположенные на площади перед храмом. В 2019 году недалеко от часовни объявления Матери Божьей была открыта Часовня света. Также на площади перед храмом находится скульптура Девы Марии, а также установленная в 2008 году в честь посещения папой Римским Иоанном Павлом II Шилувы в 1993 году скульптура этого понтифика.

Сегодня между каплицей и храмом в Шилуве располагается большая площадь. Идея объединить площади перед каплицей и перед храмом в единое пространство высказывалась ещё в 1937 году; однако, данный проект был воплощен только в 2008 году. По проекту площадь была благоустроена (установлена система отвода осадков, приобрела покрытие из гранитных плит) и приспособлена к проведению массовых событийных мероприятий со Святой Мессой.

Из средств размещения в Шилуве имеется два строения, находящихся в собственности у Шилувского прихода. Это Дом пилигрима им. Иоанна Павла II (26 двухместных номеров, или 52 человека) и Приходской дом паломника (30 человек). Также в Шилуве и в окрестных деревнях имеется несколько агроусадьб и хостелов, которые могут принять паломников.

В Шилуве возле Дома пилигрима и возле Приходского дома паломника имеются парковочные места. Также парковочные места имеются возле храма, а также возле остановочного пункта автобусов междугороднего сообщения. Для парковки автотранспорта во время феста также задействуются обочины подъездных дорог, места для стоянки организуются и на полях около населённого пункта.

К местной туристской инфраструктуре также относится двухэтажное строение возле площади перед Шилувским храмом. В нём размещены общественные туалеты, туристическо-паломнический информационный центр, магазин сувениров. На втором этаже этого здания располагается музей, в котором можно ознакомиться с традициями, историей и культурой почитания чудотворной иконы в Шилуве. В конференц-зале музея каждые несколько месяцев открываются тематические экспозиции, посвящённые не только наследию церковного искусства, но и представляющие творчество отдельных художников.

Специально для пилигримов и туристов, приезжающих в Шилуву, был создан сайт, который предоставляет информацию об истории Шилувской святыни, перечень достопримечательностей, новости и актуальную информацию, программу мероприятий феста. Также здесь размещены маршруты однодневных паломничеств, на которые можно тут же подать заявку на участие онлайн, как группой, так и индивидуально. Эти паломничества совершаются не только в дни феста, но и в другие дни. Это свидетельствует о популярности дестинации и о стремлении к более эффективному использованию имеющихся в дестинации ресурсов, на протяжении всего года.

Также на сайте размещена информация касательно того, каким образом можно добраться до Шилувы и где остановиться. [49] Стоит обратить внимание, что сайт существует в четырёх языковых версиях: в литовской, английской, польской и итальянской. Это свидетельствует о том, что организаторы рассчитывают не только на литовских посетителей, но и туристов из-за рубежа.

У Шилувского прихода также есть свой вебсайт на литовском языке, в новостной ленте которого публикуется актуальная информация, а также своя страница в социальной сети Facebook, на которой размещаются актуальная информация, а также упоминания о Шилувской святыне в религиозных и светских Интернет-СМИ [49] [50].

Второй объект, который мы рассмотрим в качестве иностранного опыта, расположен в Польше, в деревне Лихень Стары Великопольского воеводства (центральная часть Польши) с населением примерно в 1 400 человек. Святыня, которая является объектом притяжения, – Икона Матери Божьей – Скорбящей Королевы Польши. Она привлекает в течение года около 1,5 миллиона посетителей [45].

Данная деревня находится всего в 20 километрах от автомагистрали А2, которая связывает запад и восток Польши. В 16 километрах находится город Конин, в котором располагается железнодорожный вокзал. Из Конина в Лихень Стары регулярно отправляются автобусы [48]. Удалённость деревни Лихень Стары от центра воеводства – города Познань – 121 километр; от Варшавы – 230 километров.

Первое объявление Матери Божьей в Лихени датируется первой половиной XIX века. С середины XIX века культ иконы постоянно развивался, не прекращаясь даже во времена Польской Народной Республики. 15 августа 1967 года была проведена коронация иконы. Коронацию совершил кардинал Стефан Вышинский.

Лихень Стары принимает посетителей не только во время престольного праздника, который проводится 2 июля. Регулярно в нём организуются разного рода ивенты: к примеру, начиная с 2019 года, здесь проводится ежегодный фестиваль органной музыки. Проходят торжественные службы и в честь различных памятных дат и юбилеев при большом стечении народа.

В настоящее время в деревне Лихень Стары находится три храма. Первый – небольшая деревянная церковь под титулом Матери Божьей Ченстоховской, где до 1858 года хранилась чудотворная икона. Второй – каменный храм святой Доротеи – был построен во второй половине XIX века в неоготическом стиле. Третий – Базилика Пресвятой Богородицы Лихеньской – был построен в 1994–2004 годах в связи с увеличением популярности культа иконы. На данный момент этот храм является самым крупным в Польше: площадь его составляет более 9000 м<sup>2</sup>.

Паломников в Лихени привлекают не только чудотворная икона и выше-названные храмы. На территории комплекса организовано тематическое место культа (Голгофа), куда паломники приходят, чтобы пройти традиционные четырнадцать стояний католического богослужения Крёстного пути. Также вся территория комплекса превращена в своеобразный парк со множеством часовенок, а также скульптур и скульптурных композиций, посвящённых различным библейским мотивам, польским религиозным деятелям, а также истории Польши.

Около святыни был построен большой комплекс для приёма паломников. В этом комплексе находятся два больших дома паломника (на 288 и 144 номеров), семь ресторанов, магазины сувениров, отделения почты, медпункт и детская площадка; а также несколько стоянок для автомобилей и экскурсионных автобусов [48]. В комплексе работает музей, посвящённый истории культа Матери Божьей в Лихени. На территории комплекса также находится монастырь отцов-марианов, которые как пастыри обслуживают комплекс.

У комплекса есть свой сайт на польском языке, на котором публикуются новости и актуальная информация. На сайте можно найти план комплекса, а также контактные данные лихеньской святыни с указанием контактных данных различных подразделений (таких, как дома пилигрима, музей, магазины, и т. п.).

Почти вся информация на сайте размещена на польском языке; однако, на нём есть отдельная страница, на которой на 22 языках (в том числе на белорус-

ском и русском) размещены информация об истории святыни и очень краткая информация о местной инфраструктуре по приёму паломников. Следует отметить, что без знания польского языка эту страницу найти сложно.

Зарождение культов чудотворных икон Матери Божьей в Шилуве и в Будславе произошло примерно в одно и то же время – в первой половине XVII века. Культ Матери Божьей – Скорбящей Королевы Польши из Лихеня Старого более молодой: икона была написана в 1772 году, а признана чудотворной в середине XIX века [45]. Однако, к началу 1940-х годов эти места массовых паломничеств приобрели примерно одинаковый статус. После вхождения территорий Западной Беларуси и Литвы в состав Советского Союза, окончания Второй Мировой войны и распространения советского влияния на страны Восточной Европы (в том числе и Польши), произошли изменения, повлиявшие на развитие религиозных фестивалей, проводящихся в данных странах. В то время, как в Беларуси была прервана традиция проведения массовых религиозных событийных мероприятий, в Литве и Польше религиозные фестивали продолжали проходить. Поэтому их опыт важен для Будслава, поскольку фест, проводящийся здесь, переживает возрождение.

Опыт зарубежных дестинаций показывает, что для дальнейшего развития дестинаций, в которых проводятся массовые религиозные событийные мероприятия, необходимо дальнейшее развитие местной инфраструктуры. Оно принимает разные формы: благоустройство территорий (строительство памятников религиозной тематики, организация традиционных четырнадцати стояний католического богослужения Крёстного пути) и развитие инфраструктуры для приёма приезжих (строительство домов пилигрима, парковочных мест для автомобилей и экскурсионных автобусов).

Для более эффективного использования имеющихся ресурсов необходима организация мероприятий не только во время феста. Это могут быть мероприятия как религиозного (к примеру, мероприятия, приуроченные к религиозным праздникам и годовщинам, связанным с деятельностью Католической Церкви в Республике Беларусь), так и светского характера (к примеру, музыкальные фестивали или выступления театральных трупп). Проведение таких мероприятий поможет привлекать посетителей круглый год, увеличить выручку от пожертвований, продажи сувениров и девоционалий, создать новые рабочие места и обеспечивать большую рентабельность заведений инфраструктуры.

С целью привлечения зарубежных посетителей имеет смысл создание версий сайта прихода на других языках (в первую очередь, на польском и английском языках). На сайте должна быть размещена информация о том, каким образом можно добраться до места проведения феста и где можно остановиться, а также публиковаться актуальная информация о проведении феста и иных новостях, связанных с фестом и святыней. Таким образом, эти меры не только

помогут проинформировать приезжих о возможностях, предлагаемых данной дестинацией (как приехать, где остановиться, что увидеть), но и поддерживать связи с общественностью.

## ГЛАВА 4

# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ БУДСЛАВСКОГО ФЕСТА КАК МАССОВОГО РЕЛИГИОЗНОГО СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

### 4.1 Рекомендации по развитию массового религиозного событийного мероприятия Будславского феста

Принимая во внимание существующий на данный момент уровень развития Будславского феста как массового событийного мероприятия, а также деревни Будслав как туристской дестинации, в рамках которой проходит данное ежегодное мероприятие, можно сделать вывод о том, что Будславский фест как массовое событийное мероприятие достиг своего лимита развития при имеющейся у него на данный момент целевой аудитории и уровне развития инфраструктуры. Практически все посетители Будславского феста на данный момент – это паломники, посещающие данный ивент в религиозных целях.

У такого положения есть несколько причин. Прежде всего, Будславский фест – не единственный религиозный католический фестиваль в Беларуси, который проводится в честь чудотворных икон Матери Божьей. Среди иных религиозных фестивалей можно назвать фестивали в Гудогае, Тракелях (Гродненская область), Логишине (Брестская область), Браславе (Витебская область) и другие. К тому же, фест в деревне Гудогай проводится в датах, очень близких к датам проведения Будславского феста, что делает невозможным для паломников посетить оба феста в один год. Также немаловажным фактором является тот факт, что большинство населения Беларуси по вероисповеданию не являются католиками: согласно разным данным, к католикам себя относят от 10% до 12% жителей Беларуси.

В настоящее время продукт Будславского феста не входит в продуктовый профиль туристских фирм страны.

Дальнейшее развитие ивента возможно в нескольких направлениях, изложенных ниже.

1. *Привлечение православных паломников Беларуси на Будславский фест.* Это возможно, поскольку традиция почитания икон Матери Божьей имеется как в католической, так и в православной конфессиях. Более того, икона Мате-

ри Божьей Будславской исторически почитается как среди католиков, так и среди православных Беларуси. Правда, стоит отметить, что при реализации такой перспективы во время Будславского феста необходимо проведение богослужения и по православному обряду. Для воплощения этой цели возможна постройка православной церкви через площадь напротив Будславского храма. Также необходимым условием для реализации такого плана является желание и координация действий со стороны руководства обеих христианских конфессий на это. Хорошим примером такого межконфессионального сотрудничества может служить опыт Западной и Центральной Европы, где во многих католических храмах хранятся реликвии святых, которые почитаются как среди католиков, так и православных. Такими реликвиями являются мощи св. Марка Евангелиста (Венеция, Италия), св. Франциска Ассизского (Ассизи, Италия), св. Бониция (Доккюм, Нидерланды и Фульда, Германия) и др. К этим реликвиям совершают паломничества верующие как Католической, так и Православной церковью. В этих соборах, как правило, для приезжих православных паломников, если в составе группы паломников есть священники, разрешают проведение службы по восточному обряду.

2. *Привлечение паломников из соседних стран – в первую очередь, Украины, России, Польши, Литвы.* Усилиями структур Католической церкви в Республике Беларусь, а также благодаря связям как между церковными структурами Беларуси и соседних стран, так и между верующими разных стран, Будславский фест приобрёл известность и за границами Беларуси. Поэтому можно рассматривать католических верующих из-за рубежа как потенциальную целевую аудиторию для привлечения на рассматриваемое массовое событийное мероприятие.

3. *Привлечение на фест туристов других целевых групп, прежде всего – туристов, заинтересованных в изучении культурного и/или исторического наследия.* Поскольку Будславский фест – это массовое мероприятие, которое существует достаточно давно, является одним из неотъемлемых событий белорусской культурной жизни и имеет статус объекта, входящего в Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО, данное событие может привлечь и туристов, как белорусских, так и зарубежных, которые могут рассматривать Будславский фест в первую очередь не как религиозное мероприятие, а как уникальный пример проявления белорусской культуры. Эти туристы могут посещать Будславский фест как индивидуально, так и в составе организованных туристских групп. Таким образом, посещение Будславского феста может включаться туристскими фирмами в свои туристские продукты.

Однако, следует понимать, что в отличие от белорусских паломников, которые знают о неудобствах, связанных с посещением данного ивента, и мо-

рально готовы к ним; зарубежные туристы и паломники более требовательны: им нужны более комфортные средства размещения и питания. При разработке туристских продуктов, которые будут включать в себя посещение Будславского феста, туристские предприятия будут учитывать эти особенности и брать на себя решение этих проблем, чтобы обеспечить своих клиентов должным качеством услуг.

Стоит отметить, что в мировой практике организаций посещений религиозных фестивалей коммерческие турфирмы зачастую занимаются не только организацией групп туристов, но и групп паломников, в том числе и пеших.

Поэтому привлечение этих групп людей на Будславский фест требует принятия некоторых мер по развитию инфраструктуры Будслава, сделав данную дестинацию более приспособленной для приёма перечисленных выше групп туристов.

Таковыми мерами, на мой взгляд, могут быть:

1. *Благоустройство территории около храма.* Территория около храма обширна и составляет около 8 гектаров. На данный момент она по большей части эффективно не используется. Уже в настоящее время ведутся работы по благоустройству этой территории: в частности, был заложен сад фруктовых деревьев. В планах прихода имеется создание на территории около храма аптекарского сада. Исходя из рассмотренного в главе 3 зарубежного опыта, можно рекомендовать создание приходского музея, посвящённого истории Будслава и культу Матери Божьей Будславской, а также капитального алтаря под открытым небом, имеющего соответствующее оборудование, навесы, освещение, для проведения службы во время больших скоплений верующих, в т. ч. и во время феста. Необходимо создание на территории около храма зон молитв и медитации, к примеру, традиционных четырнадцати стояний католического богослужения Крёстного пути. Нужно обустроить набережную реки Сервечь, превратив её в зону прогулок, молитв и медитации. Территория около храма должна представлять собой парковую зону со скульптурами и скульптурными композициями, посвящёнными различным библейским мотивам, белорусским религиозным деятелям, а также истории Беларуси.

2. *Улучшение транспортной доступности Будславского феста.* Таковыми мерами могут быть как улучшение существующих путей сообщения (ремонт и модернизация автомобильных дорог), так и организация благоустроенных мест для парковки экскурсионных автобусов и личного транспорта во время феста.

3. *Постройка гостиницы и/или увеличение вместимости дома паломника.* Это может повысить приспособленность Будслава как туристской дестинации к приёму иностранных туристов. Следует отметить, что поскольку Будславский фест ежегодно посещают тысячи паломников; а постройка гостиницы (или да-

же нескольких гостиниц) не может поспособствовать обеспечению всех паломников средствами размещения и питания, целевой аудиторией данных объектов должны стать иностранные паломники и туристы.

4. *Развитие иной инфраструктуры для приёма паломников.* При таком большом скоплении людей, естественно, возникает необходимость обустройства капитальных общественных благоустроенных мест личной гигиены; а также открытия точек общественного быстрого питания (возможно, работающих во время проведения массовых событийных мероприятий и консервируемых на остальное время).

Таким образом, дальнейшее развитие феста невозможно без дальнейших капитальных вложений в инфраструктуру Будслава. Уже на данный момент есть положительный опыт развития местной инфраструктуры, индуцированный развитием Будславского феста. Таким опытом стала модернизация мобильной связи в Будславе. На начальном этапе возрождения феста при проведении ивента мобильной связью невозможно было пользоваться, т. к. рассчитанная только на пользование местными жителями сеть от перегрузки, многократно превышающей расчётную, «ложилась». Ввиду этого специально для феста все мобильные операторы Беларуси поставили в Будславе оборудование, позволяющее комфортно получать услуги связи и доступа в Интернет даже во время пиковых нагрузок при проведении феста. Этими каналами связи в настоящее время активно пользуются СМИ при проведении онлайн-трансляций и репортажей, публикации текстовых, аудио- и видео материалов в различных изданиях.

Создание инфраструктуры требует больших капитальных затрат, и использование этой инфраструктуры только во время проведения Будславского феста (2 дня в году) не является рентабельным. Для большей рентабельности создаваемой инфраструктуры необходимо использовать её на протяжении всего года. О возможностях развития Будслава как туристской дестинации, способной принимать туристов на протяжении всего года, речь пойдёт в следующем разделе.

## **4.2 Рекомендации по развитию Будслава как туристской дестинации**

Наличие в Будславе таких туристских ресурсов, как Костёл Вознесения Пресвятой Девы Марии – памятника архитектуры барокко XVIII века и чудотворной иконы Матери Божьей Будславской, обуславливает потенциал Будслава стать туристской дестинацией, которая может принимать посетителей на

протяжении всего года. В настоящее время данный потенциал полностью не раскрыт. Это проявляется в следующих факторах:

1. Количество туристов, приезжающих в Будслав во время, когда фест не проводится, ограничено. По оценке настоятеля прихода Будславского храма Дмитрия Дубовика, летом 2019 года в Будслав ежедневно приезжало не более 5 автобусов туристов; а количество посетителей Будслава за год (во время, когда фест не проводится) составляет от 5 до 6 тысяч человек.

2. Среднее время пребывания туриста в Будславе невелико и составляет от 1 часа до 1 часа 20 минут. Пребывание массового туриста в Будславе в подавляющем большинстве случаев ограничивается экскурсией по Будславскому храму и посещением магазина сувениров, который находится там же, в храме. Несмотря на то, что в Будславе и окрестностях имеются другие достопримечательности (усадьба Оскерков, будславское кладбище с могилой Павлины Медёлки), их посещение не входит в имеющиеся туристские продукты.

Поэтому важным условием для развития Будславского феста должно стать и увеличение посещаемости Будслава во время, когда фест не проводится, и, соответственно, дальнейшее развитие Будслава как туристской дестинации, которая принимает туристов на протяжении всего года. Посещение Будслава в это время может послужить мотивацией для посещения Будславского феста в будущем. Такое посещение Будслава может принимать разные формы.

Одной из форм может стать проведение различных мероприятий. Примером могут быть паломничества и/или приезд туристических групп на празднования, которые организуются в Будславе в течение года по случаю праздников церковного календаря (в т. ч. Рождество, Пасха, либо же в честь святых) и других мероприятий, связанных с религией. К примеру, проведение в Будславе духовных упражнений – групповых мероприятий по чтению Библии и духовных текстов и размышлений над ними; либо тематические собрания религиозных организаций и групп.

Другим примером могут быть посещения Будслава детьми в год их Первого Причастия во время которого детям, впервые принявшим причастие, организуются мероприятия, имеющие своей целью большее их включение в религиозное сообщество. Посещение Будслава в виде экскурсии может стать хорошим вариантом для такого рода мероприятия. Можно здесь организовывать летние детские и молодёжные лагеря различной направленности. Стоит отметить, что в этих случаях можно рассчитывать на то, что в будущем молодёжь, участвующая в данных мероприятиях, вырастет и сможет в будущем неоднократно посещать и сам Будслав, и Будславский фест – таким образом закладывается «лояльность» к Будславскому фесту как к культурной и религиозной традиции.

Необходимо увеличение количества посещений организованных туристов в Будслав в рамках автобусных экскурсий. Поскольку для формирования экскурсионных туров одного Будслава и его туристских ресурсов недостаточно для составления экскурсионных туров, возможна комбинация Будслава как туристской дестинации с другими дестинациями Мядельского района. Прежде всего, это Национальный парк «Нарочанский» с его ландшафтами. В качестве объектов, посещение которых можно совместить с посещением Будслава, могут выступать и агроусадьбы: к примеру, «Комарово», «Собиново», «Сосновый берег», экологическая тропа «Голубые озера», этнокультурный комплекс «Наносы-Новоселье». Следует отметить, что, как и в описанных выше случаях, посещение Будслава в качестве пункта экскурсионного маршрута тоже может внести вклад в повышение осведомлённости о Будславском фестивале и в повышение посещаемости данного массового событийного мероприятия.

Развивая Будслав как туристскую дестинацию, способную принимать посетителей на протяжении всего года, следует учитывать, что степень вовлечённости местного сообщества в деятельность, связанную с туризмом, на данный момент крайне низка.

1. Практически нет предпринимателей, которые зарабатывали бы на Будславе как туристском ресурсе. Единственным предпринимателем, который использует наличие Будслава как ресурса для привлечения туристов, является Евгений Апанасевич, который в 2020 году открыл в соседней с Будславом деревне Полесье агроусадьбу «Фальварак Раскоша». Данная агроусадьба находится примерно в 2 км от Будславского храма и предоставляет своим посетителям услуги размещения, питания, экскурсий и досуга на природе. Хозяин данной агроусадьбы – Евгений Апанасевич, являясь сертифицированным экскурсоводом, проводит экскурсии для своих гостей и туристов в составе приезжающих в Будслав экскурсионных групп по местным достопримечательностям и, в частности, Будславскому храму.

2. В Будславе нет людей, которые занимались бы ремеслом и использовали свои навыки и умения в работе с туристами (к примеру, путём проведения мастер-классов, продажи ремесленной продукции приезжим). Единственным исключением является местная жительница, которая для посетителей агроусадьбы «Фальварак Раскоша» проводит мастер-классы по сыроварению.

Для исправления сложившейся ситуации желательно создание туристического кластера на основе Будслава и его окрестностей, который включал бы в себя все заинтересованные стороны: администрацию Будславского сельсовета, местные церковные власти и предпринимателей, работающих в сфере туризма и гостеприимства, а также представителей местного сообщества. Задачей этого кластера должно стать развитие Будслава как туристской дестинации с учётом интересов и мнений всех заинтересованных сторон.

Немаловажным фактором в развитии Будслава как туристской дестинации может стать имеющийся положительный личный опыт в работе и развитии агроусадьбы «Фальварак Раскоша» Евгения Апанасевича. Он может послужить мотиватором для местных жителей к их вовлечению в деятельность по приёму и обслуживанию туристов. Одним из видов такой деятельности может быть организация в Будславе производства местным населением сувениров ручной работы местной и национальной тематики и их реализация через инфраструктуру индустрии туризма и гостеприимства Будслава.

На базе кластера или существующих объектов туристического бизнеса в регионе можно организовывать среди местного населения теоретические и практические курсы по основам предпринимательства в сфере туризма и гостеприимства.

### **4.3 Рекомендации по совершенствованию организации пеших паломничеств в Будслав**

Как отмечалось выше, пешие паломничества в Будслав являются неотъемлемой частью празднований, посвящённых чудотворной иконе Матери Божьей Будславской. Ежегодно до 10% всех посетителей феста приходят на мероприятие в составе организованных пеших групп паломников. Поэтому следует развивать инфраструктуру, направленную на удовлетворение потребностей пеших паломников по всему маршруту их движения. Приоритетом в этом направлении должна стать безопасность. Поэтому необходимо создание пешеходных зон в тех местах, где в настоящее время паломники вынуждены двигаться по обочине проезжей части. Это сделает пешие паломничества ещё более привлекательными.

Пешие паломничества могут стать одним из каналов привлечения большего количества паломников на Будславский фест. Для некоторых приходов Беларуси, из которых проблематично организовать паломничество в силу их удалённости от Будслава, имеет смысл перенять опыт организации феста в Шилуве, где организовываются однодневные паломничества из мест, находящихся на удалении в 25 километрах от Будслава, в которых имеются католические приходы. Это могут быть деревни Кривичи, Долгиново, Парафьяново, и т. д., в которые паломники приезжают автобусами и оставшийся путь до Будслава проходят пешком в организованных группах.

Как отмечалось выше, Будславский фест привлекает посетителей не только с Беларуси, но и из-за рубежа, главным образом, из России, Украины, Поль-

ши и стран Балтии. Вследствие того, что доминирующей религией западных соседних стран Беларуси – Польши и Литвы – является христианство католической конфессии, можно организовывать паломничества в Будслав из этих стран, в первую очередь, из Вильнюса. Организация таких паломничеств, однако, требует усиления кооперации белорусских властей с властями соседних стран – Польши и Литвы, в частности, в таких сферах, как упрощение перехода через пограничные пункты пропуска. В качестве альтернативного варианта можно использовать схему с однодневными паломничествами, описанную выше.

Организация паломничеств может проводиться не только непосредственно в привязке к датам проведения Будславского феста. Паломничества могут организовываться постоянно на протяжении тёплого времени года.

Возможностью для организации паломничеств в Будслав может стать организация индивидуальных паломничеств. В таком случае каждый из паломников, который отправляется в индивидуальное паломничество по определённому маршруту, может получить «паспорт паломника». При прохождении контрольных точек по пути в Будслав в «паспорт паломника» ставятся отметки о посещении определённого места на пути паломничества. По окончании паломничества, в Будславе, человеку, который завершает такое паломничество, может выдаваться памятный сувенир, например, в виде памятного именного сертификата о прохождении паломничества. В качестве образца такой организации паломничеств можно взять пример паломничеств в Сантьяго-де-Компостелла (Испания).

Реализация описанных выше планов потребует претворения в жизнь некоторых мер, таких, как:

1. *Увеличение количества приезжих в Будслав как во время феста, так и в остальное время года.* В качестве условия для достижения данной цели необходимо увеличение известности Будслава как туристской дестинации в целом и Будславского феста в частности, как в Беларуси, так и за рубежом.

2. *Развитие инфраструктуры по приёму паломников.* При дальнейшем развитии феста и при увеличении притока посетителей имеющегося на данный момент в Будславе Дома паломника будет недостаточно. Также при развитии индивидуальных паломничеств потребуется развитие инфраструктуры по приёму и обслуживанию паломников не только в самом Будславе, но и на всех возможных путях следования паломников. Данный пункт касается, в том числе и улучшения транспортной доступности Будслава.

#### **4.4 Рекомендации по развитию маркетинговых коммуникаций для продвижения Будслава как туристской дестинации и Будславского феста как массового религиозного событийного мероприятия**

Как отмечалось выше, церковными структурами много делается для обеспечения присутствия Будславского феста в информационной повестке республиканского значения. Следует помнить о необходимости уделять в информационной повестке больше внимания Будславу и как туристской дестинации, способной принимать туристов и паломников на протяжении всего года, поскольку от этого зависит количество посещений Будслава. К примеру, в качестве инфоповодов для освещения могут использоваться организация и проведение в Будславе на протяжении года разных, в том числе и светских, мероприятий, как местного, так и республиканского и международного масштабов. Такими мероприятиями могут стать вечера классической музыки в Будславе, а также торжества в честь годовщин событий белорусской истории и истории Католической церкви в Беларуси.

Будслав и Будславский фест практически не присутствуют в медиапространстве соседних с Беларусью стран. Увеличение присутствия Будслава в медиапространстве соседних стран (в первую очередь, Польши, Литвы, Украины) повысит осведомлённость потенциальных зарубежных посетителей о Будславе как туристской дестинации и о Будславском фесте как массовом религиозном событийном мероприятии. Одним из возможных вариантов продвижения Будслава среди иностранных потенциальных посетителей может стать участие представителей Будслава в специализированных международных туристских и религиозных выставках, конференциях, семинарах, в том числе, и проводимых онлайн. Например, можно рекомендовать участие представителей Будслава в ежегодной выставке «Отдых», проводимой в Минске, Выставке-ярмарке Католических издательств в Варшаве (Польша), Международной выставке SACROEXPO в Кельце (Польша). Некоторые мероприятия, например, семинары, можно организовывать самостоятельно, либо в партнёрстве с туристскими предприятиями, работающими в регионе. Примером для проведения такого мероприятия могут стать проводимые ежегодно польской фирмой Ernesto Travel вебинары, на которых они продвигают дестинации религиозного туризма в Малопольском воеводстве Польши.

Следует понимать, что в настоящее время Будславский фест является статусным событием республиканского масштаба. Его значимость обуславливает заинтересованность структур Католической церкви в Беларуси раз-

ного уровня (начиная от Будславского прихода и заканчивая Конференцией Католических Епископов Беларуси) в оказании материальной поддержки проведению этого массового событийного религиозного мероприятия.

Необходимо уделять больше внимания работе с туристическими агентствами, которые организуют туры по Беларуси для белорусских и зарубежных туристов. Целью такого сотрудничества должно стать включение Будслава и Будславского феста в их туристские продукты. Как отмечалось ранее, одной из форм сотрудничества с туристскими предприятиями могут стать семинары и вебинары, организуемые для продвижения Будслава и Будславского феста среди потенциальных посетителей из-за рубежа.

У Будславского прихода имеется свой сайт [4]. Однако, с точки зрения актуальности и информативности представленной на нём информации сайт не актуален и неинформативен. К примеру, на сайте до сих пор (конец апреля 2021 года) находится программа феста за 2020 год. Последняя публикация в разделе «Новости» датируется 18 июня 2019 года. Необходима постоянная работа по предоставлению на сайте актуальной информации о новостях Будславской святыни и Будславского феста, возможностях его посещения с паломнической и/или туристической целями. Также для паломников будет актуальной информация об местных объектах индустрии гостеприимства.

С целью привлечения зарубежных посетителей необходимо создание версий сайта Будславского прихода на других языках (в первую очередь, на польском и английском языках). На этих языковых версиях сайта должна быть обязательно размещена информация о том, каким образом можно добраться до Будслава и где можно остановиться, а также публиковаться актуальная информация о проведении феста и иных новостях, связанных с фестом и святыней.

В социальных сетях Будславская святыня и Будславский фест представлены только публикациями паломников и посетителей Будслава. У Будславской парафии нет своих страниц в популярных социальных сетях, что не способствует продвижению данной туристской дестинации и налаживанию связей с общественностью. Необходимы создание соответствующих аккаунтов (блогов) во всех популярных социальных сетях, таких, как Facebook, Twitter, Instagram, ВКонтакте и постоянная работа по их обновлению и актуализации.

Таким образом, все предложенные нами в данном разделе меры не только помогут проинформировать приезжих о возможностях, предлагаемых данной дестинацией (как приехать, где остановиться, что увидеть), но и поддерживать связи с общественностью посредством средств массовой коммуникации.

## 4.5 Влияние предлагаемых мер на достижение целей устойчивого развития в регионе

В настоящее время перед многими малыми населёнными пунктами Беларуси стоят проблемы развития, безработицы, низкого уровня жизни, оттока населения (в частности, молодёжи) в города, малого количества прямых инвестиций в сельскую местность, малоразвитости инфраструктуры для проведения досуга.

Возможным инструментом по преодолению этих негативных тенденций является развитие туризма в малых населённых пунктах, которое может принимать разные формы. Одной из них является проведение массовых событийных мероприятий. Организация массовых событийных мероприятий, создаёт условия для ведения бизнеса в регионах, способствует меньшему оттоку молодёжи из туристских дестинаций, развитию местной инфраструктуры и повышению уровня жизни. [47] Не следует забывать и о таких социально-культурных аспектах проведения массовых событийных мероприятий, как формирование благоприятного имиджа территории, установление культурных контактов, сплочение местных сообществ, создание инфраструктуры для проведения досуга и личностного развития и т. п. Таким образом, можно говорить о том, что организация и проведение массовых событийных мероприятий в регионах может стать инструментом для их устойчивого развития.

Проанализируем приведённые выше предложения по развитию Будслава как туристской дестинации и Будславского феста как массового религиозного событийного мероприятия в соответствии с целями Устойчивого Развития, предложенными ООН [29].

В таблице 3, расположенной ниже, приведены примеры влияния мер, предлагаемых в данной работе, на социально-экономическое развитие Будслава и на достижение Целей Устойчивого Развития.

Таблица 3 – Влияние предлагаемых мер на устойчивое развитие Будслава.

№	Мероприятие	Влияние	Перспектива исполнения	Номера релевантных целей устойчивого развития
1.	Развитие инфраструктуры по приёму туристов (построение гостиницы / дома паломника, организация точек общественного питания, и т. п.)	Создание рабочих мест, развитие устойчивых экономических связей с другими населёнными пунктами	Среднесрочная, долгосрочная	8; 9; 11

Окончание таблицы 3.

2.	Благоустройство территории около храма	Комплексное и устойчивое планирование населенного пункта	Краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная	11
3.	Улучшение транспортной доступности Будслава	Создание доступной инфраструктуры, создание рабочих мест	Краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная	8; 9; 11
4.	Увеличение посещаемости Будслава туристами в том числе во время, когда фест не проводится	Создание рабочих мест	Краткосрочная, среднесрочная	8; 11
5.	Организация курсов по основам предпринимательства среди местного населения	Образование местного населения, развитие предпринимательской инициативы; вовлечение молодёжи и женщин в экономическую активность	Краткосрочная	4; 5; 8; 10; 17
6.	Организация производства местным населением сувениров ручной работы местной и национальной тематики и их реализация через инфраструктуру индустрии туризма и гостеприимства Будслава	Развитие предпринимательской инициативы; вовлечение молодёжи и женщин в экономическую активность	Краткосрочная	5; 8; 10; 11; 12; 17
7.	Развитие инфраструктуры для организации пеших паломничеств в Будслав	Создание рабочих мест	Среднесрочная	8; 11

Примечание: собственная разработка.

Именно благодаря наличию чудотворной иконы Матери Божьей Будславской и, соответственно, проведению Будславского феста в её честь, Будслав имеет потенциал для своего дальнейшего развития и этим выгодно отличается от многих подобных населённых пунктов Беларуси. Развитие как непосредственно Будславского феста, так и Будслава как туристской дестинации, может стать стимулом для достижения устойчивого развития в регионе. При этом развитие Будславского феста потребует развития инфраструктуры Будслава и его окрестностей и, следовательно, развития Будслава как туристской дестинации, способной принимать посетителей на протяжении всего года.

Важными элементами развития Будслава должны стать создание туристского кластера и активизация маркетинговых мероприятий, в том числе и в социальных сетях.

Для достижения наибольшего эффекта от предложенных действий необходимо не точечное внедрение отдельных мер, а комплексные действия с реализацией всех перечисленных выше мер по развитию инфраструктуры, маркетингу, поддержанию связей с общественностью, созданию туристского кластера и вовлечению местного сообщества в локальную индустрию туризма и гостеприимства. При этом необходимо наличие у организаторов ивента целостного видения развития Будслава и Будславского феста как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Массовые событийные мероприятия являются продуктом, который так же, как и другие товары и услуги, удовлетворяет потребности потребителей. Поэтому понятия и концепции, используемые в менеджменте и маркетинге товаров, услуг и предприятий, активно применяются и при организации и проведении массовых событийных мероприятий. Они применимы и к массовым религиозным событийным мероприятиям, которые, несмотря на свою религиозную направленность, в связи с развитием информационных технологий, коммуникаций, увеличению мобильности населения и развитием сферы гостеприимства привлекают тысячи посетителей. Для успешных организации и проведения массовых событийных мероприятий необходимо применение менеджерских решений и маркетинговых инструментов с учётом особенностей организуемых мероприятий.

В настоящей работе были рассмотрены меры по организации, проведению и продвижению массового событийного религиозного мероприятия – празднования в честь иконы Матери Божьей Будславской, известного, как Будславский фест, а также направления и способы их совершенствования. Именно благодаря наличию чудотворной иконы Матери Божьей Будславской и, соответственно, проведению Будславского феста в её честь, Будслав имеет потенциал для своего дальнейшего развития и этим выгодно отличается от многих подобных населённых пунктов Беларуси. Хотя традиция проведения феста была прервана в 1940-х годах, с начала 1990-х годов наблюдается её активное возрождение. Было приложено много усилий к возрождению традиции проведения Будславского феста, но для того, чтобы привлечь на данный фестиваль как можно большее количество посетителей, сделать его неотъемлемой частью культурной жизни страны, включить его в продуктовые портфели туристских компаний и увеличить его известность за границами Беларуси, необходимо принять дополнительные действия. Примером может служить диверсификация продукта Будславского феста и привлечение новых групп паломников на мероприятие.

Анализ менеджмента и маркетинга данного религиозного фестиваля показывает, что дальнейшее развитие Будславского феста не может проводиться без развития Будслава как туристской дестинации, которая может принимать туристов круглогодично. Это потребует внедрения новых подходов и идей в области менеджмента и маркетинга, в частности, проведение в Будславе различных мероприятий во время, когда Будславский фест не проводится; или организация автобусных экскурсий в Будслав с комбинацией Будслава как тури-

стской дестинации с другими дестинациями Мядельского района. Представители местного сообщества, местные и республиканские органы власти должны видеть в Будславском фесте инструмент для развития региона и достижения устойчивого развития в регионе и вносить вклад в развитие религиозного фестиваля и Будслава как туристской дестинации.

При дальнейшем развитии Будславского феста и Будслава необходимо развивать доступность актуальной информации о дестинации и связанных с ней мероприятиях в средствах массовой коммуникации. В достижении этих целей необходимо принятие следующих мер: увеличение присутствия Будслава и Будславского феста в отечественной и зарубежной информационной повестке; участие представителей Будслава в специализированных международных туристских и религиозных выставках, конференциях, семинарах; а также работа по продвижению в социальных сетях. На сайте Будславского прихода необходимо размещать актуальную информацию о новостях Будславской святыни и Будславского феста, возможностях его посещения с паломнической и/или туристической целями; а также регулярно её обновлять.

Дальнейшее успешное развитие Будславского феста и Будслава невозможно без вовлечения в туристскую деятельность местного сообщества. С этой целью желательно создание туристического кластера на основе Будслава и его окрестностей с целью развития Будслава как туристской дестинации с учётом интересов и мнений всех заинтересованных сторон.

Развитие паломничеств в Будслав как неотъемлемой части Будславского феста также должно быть частью программы по развитию рассматриваемого массового религиозного событийного мероприятия. Оно должно включать в себя координацию усилий со стороны как Будславского прихода, так и иных заинтересованных сторон, задействованных в организации паломничеств, как пеших, так и автобусных.

Дальнейшее развитие Будславского феста как массового событийного мероприятия, паломничества в Будслав как неотъемлемой составляющей Будславского феста и Будслава как туристской дестинации, способной принимать туристов на протяжении всего года, не может проводиться без дальнейшего развития инфраструктуры Будслава и прилегающих к нему территорий; а также развития инфраструктуры территорий, находящихся на маршрутах движения пеших паломников.

На основании анализа зарубежного опыта Шилувы (Литва) и Лихеня Старого (Польша) по организации религиозных фестивалей, можно сделать вывод о том, что путём для развития Будслава может являться увеличение посещаемости Будслава во время, когда фест не проводится, путём диверсификации продукта Будслава как туристской дестинации. Хорошей практикой, которую мож-

но перенять при развитии Будслава, является создание мультязычного сайта с информацией о возможностях посещения Будслава.

Реализация всех описанных выше мер позволит организаторам Будславского феста повысить заинтересованность общественности в данном религиозном фестивале и увеличить его посещаемость. При этом для достижения наибольшего эффекта необходимо не точечное внедрение отдельных мер, а комплексные действия с реализацией всех мер по развитию инфраструктуры, маркетингу, поддержанию связей с общественностью, созданию туристского кластера и вовлечению местного сообщества в локальную индустрию туризма и гостеприимства. При этом необходимо наличие у всех заинтересованных сторон целостного видения развития Будслава и Будславского феста как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аб наданні статусу і катэгорый гісторыка-культурнай каштоўнасці, пазбаўленні статусу гісторыка-культурнай каштоўнасці і ўнясенні змяненняў і дапаўненняў некаторыя пастановы Савета Міністраў Рэспублікі Беларусь [Электронны ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 авг. 2016 г., №607 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21600607&p1=1>. – Дата доступа: 22.11.2020.
2. Акцыі [Электронны ресурс] // Pro Christo. – Режим доступа: [http://pro-christo.catholic.by/by/actions\\_2004.htm](http://pro-christo.catholic.by/by/actions_2004.htm) – Дата доступа: 22.11.2020.
3. Беларускі знак у Назарэце: асвячана мазаіка Маці Божай Будслаўскай [Электронны ресурс] // Catholic.by. – Режим доступа: <http://old.catholic.by/2/home/news/belarus/34/122472.html> – Дата доступа: 22.11.2020.
4. Будслаў [Электронны ресурс]. – Режим доступа: <https://budslau.by/> – Дата доступа: 25.04.2021.
5. Будслаў – прызнанне ў любові : творы удзельнікаў конкурсу, прысвечанага 400-годдзю з'яўлення цудатворнага абраза Маці Божай у Будславе. – Мінск: Про Хрысто, 2013. – 132 с.
6. Дзённік перэгрынацыі копіі абраза Маці Божай Будслаўскай (Частка 1) [Электронны ресурс] // Catholic.by. – Режим доступа: <http://old.catholic.by/2/home/news/belarus/minsk-mohilev/117728.html> – Дата доступа: 22.11.2020.
7. Донских, С. В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. Минск: РИППО, 2014. – 112 с.
8. Кардынал Крыстаф Шонбарн ОР асвяціў новы касцёл Маці Божай Будслаўскай у Мінску [Электронны ресурс] // Catholic.by. – Режим доступа: <http://old.catholic.by/2/home/news/belarus/minsk-mohilev/130994.html> – Дата доступа: 22.11.2020.
9. Каталіцкія святыні. Мінска-Магілёўская дыяцэзія. Ч. I. Будслаўскі, Вілейскі і Мінскі дэканаты / Тэкст і фота А. Яроменкі. Уводзіны Ул. Трацэўскага, – Мінск : ВУП «Выд-ва "Про Хрысто"». – 2003. – 256 с.
10. Комплекс Базіліка Мінорыс, Будслаў / Ю. Ф. Потапов [и др.]. – Минск : Творчая майстэрня арх. Патапава Ю. Ф. – 18 с. (Демонстрацыйны альбом эскайзнога архітэктурнага праекта / Творчая майстэрня арх. Патапава Ю. Ф.)

11. Канферэнцыя Каталіцкіх Біскупаў у Беларусі [Электронный ресурс] // Catholic.by. – Режим доступа: <https://catholic.by/3/kasciol/conference> – Дата доступа: 28.11.2020.

12. Конкурс «Будслаў вачыма дзяцей» [Электронный ресурс] // Pro Christo. – Режим доступа: <http://pro-christo.catholic.by/by/actions-2005-07-02.htm> – Дата доступа: 22.11.2020.

13. Курья Мінска-Магілёўскай архідыяцэзіі паведамляе, як пройдзе адпустовая ўрачыстасць у Будславе [Электронный ресурс] // Catholic.by. – Режим доступа: <https://catholic.by/3/news/belarus/11711-kuryya-m-nska-mag-ljo-skaj-arkh-dyuyatsez-pavedamlyae-yak-projdzje-adpustovaya-rachystasts-u-budslave> – Дата доступа: 14.02.2021.

14. Мескон, М. Основы менеджмента (Основы менеджмента: Пер. с англ.- М.: Дело, 1999.) / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1999. – 468 с.

15. Минск – Будслав: Маршрутки от 9 Вг [Электронный ресурс] // Атлас – Режим доступа: <https://atlasbus.by/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%88%D1%80%D1%83%D1%82%D1%8B/%D0%9C%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA/%D0%91%D1%83%D0%B4%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2?date=2021-04-17&passengers=1> – Дата доступа: 24.04.2021.

16. Национальный банк вводит в обращение памятные монеты "400 гадоў прабывання цудатворнага абраза Маці Божай у Будславе" [Электронный ресурс] // Национальный Банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/press/2128> – Дата доступа: 22.11.2020.

17. Национальный санктурый Матери Божьей Будславской / сост. о. Виктор Бурлака OFM. – Минск : Про Христо, 2009. – 96 с.

18. О массовых мероприятиях в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 30 дек. 1997 г. № 114-З : в ред. Законов Республики Беларусь от 07.08.2003 №233-З, от 29.11.2003 №253-З, от 06.10.2006 №166-З, от 21.07.2008 №416-З, от 09.11.2009 №51-З, от 09.11.2009 №53-З, от 04.01.2010 №99-З, от 08.11.2011 №308-З, от 12.12.2013 №84-З, от 10.01.2015 №242-З, от 20.04.2016 №358-З, от 17.07.2018 №125-З : с изм. и доп. от 17.07.2018 №125-З // Администрация Центрального района г. Минска. – Режим доступа: <https://centr.minsk.gov.by/sfery-deyatelnosti/sotsialnaya-sfera/kultura-i-ideologiya/3748-zakon-respubliki-belarus-30-dekabrya-1997-g-114-z>. – Дата доступа: 29.11.2020.

19. Опрос посетителей Будславского феста в 2016–2019 годах [Электронный ресурс] // Google формы. – Режим доступа: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdBТ-хуWl6xKSOu1dDfJtBoHpq9259tirl3QfvnFnUwUaLthg/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdBТ-хуWl6xKSOu1dDfJtBoHpq9259tirl3QfvnFnUwUaLthg/viewform?usp=sf_link) – Дата доступа: 14.02.2021.

20. О свободе совести и религиозных организациях [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 17 декабря 1992 г. № 2054-ХІІ : в ред. от 31 окт. 2002 г. № 137-3 : с изм. и доп. от 31 окт. 2002 г. № 137-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.pravo.by/document/?guid=3961&p0=V19202054> – Дата доступа: 05.12.2020.

21. Паведамленне з 49-га Пленарнага пасяджэння Канферэнцыі Каталіцкіх Біскупаў у Беларусі [Электронный ресурс] // Catholic.by. – Режим доступа: <https://catholic.by/3/lib/documents/kkbb/4175-pavedamlenne-z-49-ga-plenarnaga-pasyadzhennya-kanferentsyi-katalitskikh-biskupau-u-belarusi> – Дата доступа: 24.11.2020.

22. Паведамленне з 78-а Надзвычайнага пленарнага пасяджэння Канферэнцыі Каталіцкіх Біскупаў у Беларусі [Электронный ресурс] // Catholic.by. – Режим доступа: <https://catholic.by/3/news/belarus/11585-pavedamlenne-z-78-a-nadzvychajnaga-plenarnaga-pasyadzhennya-kanferentsy-katal-tsk-kh-b-skupau-belarus> – Дата доступа: 14. 02. 2021.

23. Расписание движения по станции Будслав, все дни [Электронный ресурс] // Онлайн-сервис по продаже билетов Белорусской Железной Дороги. – Режим доступа: <https://pass.rw.by/ru/station/?station=%D0%91%D1%83%D0%B4%D1%81%D0%B%D0%B0%D0%B2&exp=&esp=&date=everyday> – Дата доступа: 24.04.2021.

24. Решетников, Д. Г. География туризма Беларуси : пособие для студентов фак. междунар. отношений, обучающихся по спец. 1-26 02 02 «Менеджмент (по направлениям)», направление специальности 1-26 02 02-06 «Менеджмент (в сфере международного туризма)». – Минск : БГУ, 2012. – 303 с.

25. Русецкі, І. Нацыянальны Санктуарый Маці Божай Будслаўскай / а. І. Русецкі OFM. – Будслаў : 2001. – 16 с.

26. ТрансБелАвтоПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belap.by/> – Дата доступа: 14. 02. 2021.

27. Увасабленне Будслаўскай Багародзіцы ў Бабруйску / Віктар Маліноўскі // Ave Maria. – №7–8 (244–245) 2015 – 32 с.

28. Фэстываль у Глыбокім / К. Лялько // Ave Maria. – №7–8 (123–124) 2005 – 40 с.

29. Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // ООН. – Режим доступа: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> – Дата доступа: 25. 04. 2021.

30. Шляхам пілігрымаў / рэдакцыя часопіса «Ave Maria» // Ave Maria. – №8–9 (148–149) 2007 – 32 с.

31. Ярашэвіч, А. Абраз Маці Божай Будслаўскай / А. Ярашэвіч. – Мінск: Про Хрысто, 2004. – 32 с., 64 с. каляр. укл.: іл.
32. 400-летие прибытия чудотворной иконы Божьей Матери в Будслав [Электронный ресурс] // Белпочта. – Режим доступа: <https://belpost.by/philately/infolists/1718> – Дата доступа: 22.11.2020.
33. Can Marketing Improve Capitalism? [Электронный ресурс] // HuffPost. – Режим доступа: [https://www.huffpost.com/entry/can-marketing-improve-cap\\_b\\_8516126](https://www.huffpost.com/entry/can-marketing-improve-cap_b_8516126) – Дата доступа: 30.01.2021
34. Conway, D. G. The Event Manager's Bible: The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event / D. G. Conway. – Oxford : How To Books Ltd, 2009 – 329 p.
35. Chodźko, I. Domek mojego dziadka. Śmierć mojego dziadka. – Lwów, Warszawa, Kraków, 1926.
36. Definitions of Marketing [Электронный ресурс] // American Marketing Association. – Режим доступа: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> – Дата доступа: 29.01.2021
37. Evans, N. Strategic management for tourism, hospitality and events (2nd edition) / N. Evans. – New York : Routledge, 2015. – 708 p.
38. Feast [Электронный ресурс] // Encyclopædia Britannica. – Режим доступа: <https://www.britannica.com/topic/feast-religion>. – Дата доступа: 17.10.2020
39. Fridrich, A. Historye cudownych obrazów Najświętszej Maryi Panny w Polsce : w 4 tomach / A. Fridrich. – Kraków : Wydawnictwo tow. jez., 1911. – 4 tom.
40. Hitt, Michael A. Management/ Michael A. Hitt, J. Stewart Black, Lyman W. Porter. – 3rd ed.
41. Intergovernmental Committee For The Safeguarding Of The Intangible Cultural Heritage: Thirteenth session, Port Louis, Republic of Mauritius, 26 November to 1 December 2018 [Электронный ресурс] // UNESCO. – Режим доступа: <https://ich.unesco.org/doc/src/ITH-18-13.COM-Decisions-EN.docx>. – Дата доступа: 22.11.2020.
42. Ivy, J. A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA marketing [Электронный ресурс] / J. Ivy // International Journal of Educational Management. – Volume 22. – Issue 4. – Режим доступа: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09513540810875635/full/html> – Дата доступа: 12.02.2021
43. Kotler, P. Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control, 8th ed. / P. Kotler. –Upper Saddle River : Prentice Hall, 1994
44. Lamb, C. W. Marketing / C. W. Lamb, J. F. Hair, Jr., C. McDaniel. – Mason: South-Western Cengage Learning, 2011. – 809 p.

45. Narewska, D. Licheń. Sanktuarium Matki Bożej Licheńskiej Bolesnej Królowej Polski / D. Narewska, E. Makulski. – Warszawa: Wydawnictwo Księży Marianów, 1999. – 126 s.

46. Nomination file No. 01387 for inscription in 2018 on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity [Электронный ресурс] // UNESCO. – Режим доступа: <https://ich.unesco.org/doc/src/39068-EN.doc> – Дата доступа: 22.11.2020.

47. Perpar, A. Role of rural tourism for development of rural areas [Электронный ресурс] : A. Perpar, A. Udovič // Journal of Central European Agriculture: January 2007 – Режим доступа: <https://www.researchgate.net/publication/27202273> – Дата доступа: 14. 02. 2021.

48. Sanktuarium Matki Bożej Licheńskiej Bolesnej Królowej Polski [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lichen.pl/pl> – Дата доступа: 25.11.2020

49. Šiluva – gyva piligrimystė [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://siluva.lt/en/> – Дата доступа: 08.03.2021

50. Šiluvos parapija [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://siluvosparapija.lt/> – Дата доступа: 08.03.2021

51. Vukonić, B. Tourism and Religion (Tourism Social Science Series) / B. Vukonić. – Oxford : Pergamon, 1996.

52. Zielejewicz E. Zwierzyniec na ziemi niebieskiej, to jest Puszcza Budzka łaskami Boskimi opływająca, których ludzie przy cudownym obrazie Najśw. Maryi Panny w kościele OO. Bernardynów będącym doznawają. Wilno, 1650.

53. Żyskar J. Nasze kościoły : w 2 tomach / J. Żyskar. – Warszawa, 1913. – 1 tom.

## **История Будслава и Будславского феста**

Для упрощения анализа исторических предпосылок образования и развития Будславского феста, мы условно разделим историю на две части. Первая занимает временной промежуток с конца XVI века до 1991 года – от рождения культа до практически полного его упадка при советской власти. Вторая часть включает современную историю Будславского феста, с первого официального паломничества в истории независимой Беларуси в 1992 году по настоящее время.

### **1. История Будслава до 1991 года**

История Будславского феста неразрывно связана с историей самого Будслава. История местности начинается в 1504 году, когда великий князь литовский и король польский Александр Ягеллон отдал монахам-бернардинцам 600 моргов (около 300 гектаров) земли, где монахи занимались заготовкой и сплавом леса. Здесь монахи построили для себя временные шалаши – по-белорусски «буды». От слова «буды» и пошло впоследствии название поселения – Буда; а позже – Будслав – буквально «славные буды».

Согласно монастырским хронологиям, составленным Т. Дыганем, имеется свидетельство об объявлении в 1588 году над будскою пущею Божьей Матери. Вскоре, в 1589 году, здесь была построена деревянная часовня для многочисленных паломников и путешественников, приходящих в это место [25, с. 3–4].

Чудотворная икона Матери Божьей появилась здесь в 1613 году, и до этого она уже имела свою историю. В 1598 году икона была подарена в Риме папой Климентом VIII минскому воеводе Яну Пацу. Воевода очень ценил эту икону, и в походах возил её с собой. После его смерти в 1610 году икона досталась его капеллану Исааку Солокаю. В 1613 году в Великий Четверг и Великую Пятницу Солокай был в Буде. Взволнованный богослужением, а также уступив просьбам отцов бернардинцев, которые знали о красивой иконе, он пожертвовал её местному костёлу; и сам остался там жить. Икона была помещена в деревянной часовне и сразу стала пользоваться почитанием простого народа, прославилась чудесами и благодатями. В 1635 году она была перенесена в главный алтарь.

Строительство первого каменного храма было завершено в 1643 году. Для надлежащего расположения чудотворной иконы в этом храме был возведён уникальный главный алтарь с многочисленными скульптурами. В 1649 году чудотворная икона была помещена в нём. Этот старинный алтарь сохранился до нашего времени [9, с. 18–19].

Монахи-бернардинцы вели такую же пастырскую деятельность, как и монахи в других монастырях. Однако, главным направлением пастырской деятельности в Будславе было распространение культа Матери Божьей и духовная опека над паломниками. Пастырской заботой монахи охватили также и местных жителей, поскольку с течением времени вокруг святыни образовалось поселение.

Из-за растущей славы о Будславе и большого наплыва паломников монахи-бернардинцы вынуждены были начать строительство каменного храма. В 1767–1783 годах был построен новый монументальный храм, который мы и видим сегодня. Бернардинцы перенесли икону из прежнего алтаря в новый. Старый каменный храм не был разрушен, а сохрaнён в виде каплицы, примыкающей к пресвитерию (алтарной части) нового храма. Первичный алтарь остался на месте, хотя и без чудотворной иконы.

Икона пользовалась почитанием в первую очередь в литовской провинции бернардинцев: в некоторых их костёлах данной иконе были посвящены отдельные алтари, в которых находились её копии. Со вхождением территории современной Беларуси в состав Российской империи и упразднением здесь деятельности ордена популярность иконы локализовалась. Кассация монастыря в Будславе состоялась в 1858 году, и в костёле начали работать диоцезиальные священники. Тем не менее, среди десяти чудотворных икон Матери Божьей в «Каталогах Виленского диоцеза» указана и Будславская икона Матери Божьей [17, с. 52–54].

Ещё в то время монахи-бернардинцы были заинтересованы в расширении культа иконы Матери Божьей Будславской и привлечении большего количества паломников на фест. Естественно, это осуществлялось доступными для того времени методами. При отсутствии средств массовой информации и в условиях всеобщей религиозности населения наиболее действенным методом было создание копий чудотворной иконы, которые размещались в других католических и униатских, а позже – и в некоторых православных храмах, вызывая этим желание прихожан того храма посетить Будслав и помолиться перед оригиналом чудотворной иконы о своих насущных проблемах. Можно было бы считать, что копии иконы существовали прежде всего в окрестностях Будслава. Действительно, в описи униатских церквей 1763 года Мядельского деканата упоминаются копии икон в деревне Нагавки, в городке Ситцы и Городилово. Однако, известны дошедшие до нашего времени

иконы, которые находятся территориально достаточно далеко от Будслава. Самая ранняя с уцелевших копий находится в бывшем доминиканском костёле в Лишкяве, на территории современной Литвы, около Друскининкая. Очевидно, что распространение копий иконы происходило в храмах, в которых служили монахи ордена бернардинцев. Это Могилёв и Опатув (Польша). Также до наших дней сохранились копии иконы Матери Божьей Будславской в деревнях Волпа и Суботники (Гродненская область), деревнях Мосар и Богино (Витебская область), а также с города Глубокое. Сохранились копии и на территории современной Беларуси. К примеру, один из них находится в костёле св. Анны в Вильнюсе. В самом Будславе также сохранилось до нашего времени три копии иконы [31, с. 20–24].

Немаловажную роль в поддержании и расширении культа играло и издание книг, из которых верующие могли получить информацию о святыне. Хотя книги были доступны далеко не всем слоям населения, но они позволяли привлечь интерес к святыне со стороны шляхты, магнатов, зажиточных людей. Самым старым изданием про Будслав является книга 1650 года Элевтерия Зелеевича «Зодиак на земле», где описываются история и чудеса иконы, начиная с 1617 года, а также будская местность и история возникновения монастыря. Автор свидетельствует о паломничествах сюда, на фест, верующих из Полоцка, Браслава, Минска, Витебска, Ошмян. Характерно, что к иконе приходили не только католики римского обряда, но и униаты [52]. После Зелеевича икона было описана в книге 1650 года виленского профессора и иезуита А. Виюк-Кояловича о литовских храмах. Оттуда упоминание об иконе попало в европейские мариологические компендиумы Вильгельма Гумппенберга (1657 и 1672 годов издания) и Ганса Шерара (1702 года издания). Также существовали неизвестные нам книги об иконе, которые упоминаются в описи Будславской монастырской библиотеки 1822 года [17, с.50–52].

В художественной литературе Беларуси сохранился один из письменных вариантов легенды об явлении Богородицы в Будславе. Разговор идёт о произведении Игнатия Ходзько «Смерть моего дедушки», написанной в 1847 году, в котором легенда про Будслав играет роль второстепенной сюжетной линии [35, с. 42–47].

В ходе революции 1905 года в Российской империи царским манифестом была гарантирована свобода вероисповедания. Воспользовавшись этим, на западных землях Российской империи, куда входила и территория современной Беларуси, произошло беспрецедентное увеличение масштабов строительства католических храмов и издания католической религиозной литературы. На волне этого и возродился к историческому наследию. С 1906 по 1911 гг. в Кракове выходит четырёхтомник «Истории чудотворных икон

Пресвятой Матери Божьей в Польше», составителем которого был ксендз-иезуит Алойза Фридрих. В четвёртом томе этого издания на четырёх страницах рассказывается о будславской иконе; текст иллюстрирован фотоснимками. [39, с.74–77] В 1913 году в Варшаве издаётся сборник ксендза Ю. Жискара «Наши костёлы» [53].

Достаточно точных данных о количестве паломников к Будславской святыне и о масштабах проводимого феста в письменных источниках того времени не приводится. Однако, о расширении культа и постоянном увеличении количества паломников можно судить по тем преобразованиям, которые претерпел Будславский храм за время нахождения в нём чудотворной иконы. Если в начале (с 1589 года) это была деревянная часовня, размер которой неизвестен, то уже в 1643 году завершается строительство каменного храма площадью около 186 м<sup>2</sup>. Очевидно, иницируя строительство этого каменного храма, монахи значительно увеличили его площадь, а соответственно, и вместимость по сравнению с предыдущим. Однако, уже примерно через 100 лет, в 1767 году, этот храм перестал удовлетворять нуждам паломников; поэтому началось строительство нового храма, который был освящён уже в 1783 году. Этот храм, который дошёл до наших дней, имеет площадь более 2 000 м<sup>2</sup> – длина только главного фасада примерно равна 50 метрам. При постройке нового храма, как мы можем отметить, площадь, а соответственно, и вместимость, увеличились более чем в 10 раз. Очевидно, что постройка такого большого храма не была предназначена в первую очередь для нужд местного прихода, а имела основной своей целью обслуживание приезжих паломников. Для наглядности можно провести сравнение с Минским архикафедральным собором Пресвятого Имени Пресвятой Девы Марии, площадь которого составляет немногим более 900 м<sup>2</sup>.

С началом активного использования фотографии во второй половине XIX века появилась возможность документально и точно зафиксировать различные исторические моменты. В архивах прихода в Будславе имеются шесть фотографий и их копий (в т. ч. электронных), сделанных во время Будславского феста (см. Приложение Б). По данным снимкам можно судить о масштабах феста. К сожалению, многие снимки чётко не датированы, и о годе, когда был сделан тот или иной снимок, можно судить только предположительно.

Из рассмотренных фотоснимков четыре фотоснимка с уверенностью можно отнести к фесту, который проводился 2 июля. Один из них подписан именно этим числом. Год проведения феста ни на одном из снимков не указан. Примечателен снимок, сделанный с колокольни храма на площадь перед ним. На нём видно, что историческая линия застройки вокруг площади совпадает с сегодняшней. Соответственно, можно измерить размер площади пе-

ред костёлом, где собирались паломники. Воспользовавшись сервисом Google Maps, получаем размер площади перед Будславским костёлом около 26 300 м<sup>2</sup>. В настоящее время та площадь перед храмом, которую мы видим на снимках, представляет собой сквер с зелёными насаждениями. На снимках видно, что площадь полностью занята: в большинстве своём площадь использовалась как своеобразный «паркинг» для телег приезжих паломников, так как большинство из них были крестьянами, которые приезжали на фест на телегах, целыми семьями. Попробуем также рассчитать количество «припаркованных» повозок. Этому помогает то, что повозки расположены не хаотично, а упорядоченно рядами. На снимке чётко видно 10 рядов из не менее чем 40 повозок, что получается не менее 400 повозок. Предположительно, на каждой повозке приезжала одна, а то и две семьи. Семьи были тогда были большим, на одной повозке приезжало человек 6 или 7. Таким образом, можно оценить количество тех приехавших на гужевом транспорте, который запечатлён на фотографии в минимум 3 200 человек. Но надо иметь в виду, что более богатые паломники, скорее всего, останавливались на постой у местных жителей; и, скорее всего, таких площадок было несколько, некоторые могли быть за пределами деревни. По фотоснимкам также можно видеть много временных торговых палаток, установленных по периметру площади, что свидетельствует о большой коммерческой активности во время феста.

Нет исторических источников, указывающих конкретную численность паломников во время феста. В лучшем случае используются формулировки «многолюдный фест», «многочисленные паломники». Фотоснимки могут дать более наглядное представление о размахе данного мероприятия.

Два снимка не относятся непосредственно к фесту, который проводится 2 июля. Один из них датирован 2 мая 1925 года. Второй явно сделан зимой. Однако, на этих снимках мы видим большое скопление людей перед костёлом, хоть и не такое масштабное, как на фест 2 июля. Это свидетельствует о том, что святыня привлекала паломников на протяжении всего года: массовые мероприятия проводились и в другие значимые даты церковного календаря. Несмотря на то, что эти празднования не были такими грандиозными, святыня не пустовала от феста до феста. Данное решение рационально, поскольку оно позволяет использовать ресурсы более полно.

В межвоенное время, с 1919 по 1939 года, во времена Второй Польской Республики, здание костёла было отреставрировано и обновлено. Это время ознаменовалось возрождением культа чудотворной иконы и, соответственно, увеличением числа паломников.

В 1939 году, после прихода на эту территорию советской власти, костёл был закрыт. Однако, святыня никогда не использовалась для других целей, как это постоянно практиковалось на территории бывшего Советского

Союза. Это спасло и храм, и чудотворную икону. Официальных паломничеств в то время не проводилось. Однако, некоторые верующие сохраняли память о чудотворной иконе и фесте; и небольшими группами приходили к святыне, чтобы помолиться в храме перед иконой. В архиве Будславского прихода имеется фотоснимок, датированный 2 июля 1952 года, где маленькая группа верующих с ксендзом молится в храме; однако, видно, что в храме кроме них никого нет. Позже верующих перестали даже пускать в храм; и они молились перед закрытыми дверями храма. С каждым годом количество таких паломников уменьшалось, а средний возраст – увеличивался.

## **2. Современная история Будславского феста**

С начала 1990-х годов началось возрождение Будславской святыни. В 1990–1991 годах художник-реставратор Виктор Лукашевич по заказу ксендза Владислава Завальнюка выполнил реставрацию иконы Матери Божьей Будславской. В эти годы количество паломников, которые начали приходить на фест, резко увеличилось, среди них возросло количество представителей молодёжи. Хоть в костёле всё ещё не было настоятеля, с паломниками приходили и ксендзы: они добивались разрешения у местной власти проводить службу непосредственно в костёле. Наиболее активным инициатором возрождения культа был ксёндз Владислав Завальнюк.

Знаменательным для санктуария в Будславе стал 1992 год. Именно в этом году прошло первое в истории независимой Беларуси официальное паломничество к чудотворной иконе Матери Божьей Будславской. В нём приняло участие 45 групп пилигримов из 70 местностей [17, с. 17].

В 1996 году храму в Будславе папской буллой был предоставлен статус Малой Базилики. В 1996 году в Будслав вернулись монахи-бернардинцы. 2 июля 1998 года чудотворная икона Матери Божьей Будславской была коронована папскими коронами. Коронацию произвёл кардинал Казимир Свёнтек [17, с. 17–19].

В конце 1990-х годов архитекторами Ю. Потаповым и А. Немковым был разработан проект, который они называли «Комплекс Базіліка Мінорыс». Реализация этого проекта предполагала строительство жилого корпуса монастыря, представительского (административного) корпуса, главный фасад которого в виде двух развёрнутых крыльев должен был обрамлять временный алтарь, используемый для службы во время феста; а также трёхэтажной гостиницы (дома паломника) на 146 мест. Планировалось благоустройство территории между Будславским храмом и рекой Сервечь, а также набережной. Проект учитывал необходимость создания парковочных мест для личного транспорта и туристических автобусов. Однако, данный проект в силу различных объективных причин (проект предполагал снос частного дома и двух

зданий, находящихся в общественной собственности, недостаточная вместимость гостиницы и в последующих годах значительное изменение территорий, переданных в пользование приходу) не был реализован. Однако, в энциклопедическом справочнике «Каталіцкія храмы на Беларусі» этот проект указан как реализованный [10].

В течение мая – июня 2004 года в Будславе состоялся открытый художественный пленер «Будслав – 2004». Результатами пленера стали изданный каталог работ пленера, вернисаж работ участников пленера во время проведения Будславского феста 2004 года, а также выставки этих работ в Минске, Витебске и Вильнюсе. Часть работ передана в дар Будславскому приходу. Копия иконы Матери Божьей Будславской, написанная художником Игорем Гордиёнком, была в 2007 году преподнесена в дар архиепископу Тадеушу Кондрусевичу во время его вступления в должность митрополита Минско-Могилёвского [2].

В течение 2004–2005 годов на страницах детского журнала «Маленькі рыцар Беззаганнай», издаваемого Минско-Могилёвской архиепархией Римско-Католической церкви Республики Беларусь проходил конкурс детского рисунка «Будслаў вачыма дзяцей». На конкурс дети присылали рисунки, стихотворения, рассказы, лучшие из которых публиковались на страницах журнала. Во время феста 2005 года на площади перед костёлом была проведена выставка детских рисунков, присланных на этот конкурс [12].

С 2005 по 2013 года в рамках Государственной программы «Культура Беларуси» проводилась реставрация Будславского храма [46].

С 2005 по 2016 год ежегодно проводился Международный католический фестиваль христианских фильмов и телепрограмм «Magnificat» (председатель фестиваля – Юрий Горулев). В качестве гран-при фестиваля вручалась бронзовая фигура Матери Божьей Будславской (скульптор Эдуард Астафьев), а в качестве награды за лучший документальный фильм вручалась стеклянная статуэтка Матери Божьей Будславской, изготовленная берёзовским стеклозаводом «Нёман» [28, с. 27].

В 2007 году по инициативе ксендза Владислава Завальнюка было организовано водное паломничество из Вильнюса в Будслав по маршруту, которым 500 лет назад сплавляли лес из Будслава в Вильнюс для строительства монастыря. Паломники с собой привезли двухметровый уникальный крест, сделанный из брёвен, взятых во время ремонта из стропил монастыря бернардинцев в Вильнюсе. Эти брёвна были срублены 500 лет назад в лесах Будслава и отправлены водным путём в Вильнюс [30, с. 22–23].

В 2012 году решением Конференции католических епископов Беларуси в качестве дней проведения Будславского феста были выбраны первая пятница и суббота июля. До этого фест традиционно проводился 1–2 июля. Перенос

феста на выходные направлен на то, чтобы дать возможность как можно большему количеству людей приехать на фест [21].

В честь 400-летия присутствия иконы Матери Божьей в Будславе с 5 октября 2012 года по 5 июля 2013 года проходила peregrinacia (странствие) копии иконы Матери Божьей Будславской по католическим приходам всех епархий Беларуси [6]. Поддерживая традицию прославления Матери Божьей, редакция журнала Минско-Могилёвской архиепархией Римско-Католической церкви Республики Беларусь «Ave Maria» в 2013 году провела конкурс «Будслав – признание в любви». Многие из присланных произведений были напечатаны на страницах этого журнала. По итогам конкурса лучшие рассказы, эссе, воспоминания, стихотворения и песни были изданы отдельной книгой, а победителям конкурса в разных номинациях были торжественно вручены дипломы во время Будславского феста 2013 года [5].

12 июня 2013 года Национальный Банк Республики Беларусь ввёл в обращение памятные монеты (медно-никелевая номиналом 1 рубль и серебряная номиналом 10 рублей) в честь 400-летия присутствия иконы Матери Божьей в Будславе [16]. Также к этому юбилею Белпочта выпустила почтовую марку, а также специальный конверт первого дня и штемпель. В день выпуска почтовой марки в обращение в отделении почтовой связи Будслава проводилось специальное гашение на конверте «Первый день». [32]

В 2014 году с участием Министерства культуры Республики Беларусь и представителей католической и православной христианских конфессий прошёл круглый стол, на котором обсуждались вопросы по сохранению Будславской святыни и нематериального наследия, связанного с ней. По итогам круглого стола Министерством культуры Республики Беларусь был разработан план по сохранению религиозного наследия. Действия по сохранению религиозного наследия координируются с руководством обеих конфессий [46].

В 2015 году в боковом алтаре костёла Святых Апостолов Петра и Павла в Бобруйске была установлена деревянная, в человеческий рост, скульптура Матери Божьей Будславской. Работу выполнил резчик из г. п. Вороново Казимир Мисюра [27, с. 6–7].

27 июня 2014 года в городе Назарете в храме Благовещения Пресвятой Матери Божьей прошла торжественная служба, во время которой была освящена мозаика с иконой Матери Божьей Будславской, которая заняла достойное место среди других икон Пресвятой Богородицы со всего мира, находящихся в галереях этого храма. Службу проводил митрополит Минско-Могилёвский архиепископ Тадеуш Кондрусевич в присутствии всех белорусских епископов, а также многочисленных священников и паломников из Беларуси [3].

3 июля 2016 года в Минске, в микрорайоне Красный Бор был освящён костёл под титулом Матери Божьей Будславской. В главном алтаре храма размещена копия чудотворной иконы [8].

2 августа 2016 года постановлением Совета Министров Республики Беларусь Будславский фест был внесён в список историко-культурных ценностей Республики Беларусь [1].

28 ноября 2018 г. Межправительственный комитет по охране нематериального культурного наследия ЮНЕСКО в ходе 13-й сессии (г. Порт-Луи, Маврикий) единогласно принял решение о включении белорусского элемента нематериального культурного наследия «Торжество в честь почитания Иконы Матери Божьей Будславской (Будславский фест)» в Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества [41, с. 37]. Заявка на включение Будславского феста в данный список была подана ещё в 2016 году Конференцией католических епископов Беларуси.

В связи с возрождением культа иконы Матери Божьей Будславской как общенациональной святыни, в храмах Беларуси стали появляться её новые копии; что является также одним из условий расширения значимости культа. Следует, конечно, отметить, что большинство копий визуальны идентичны оригиналу, примеров художественных интерпретаций при создании копий иконы единицы. Примерами интересных художественных интерпретаций оригинала можно назвать копию Алексея Дмитриева 2003 года, которая находится в Свято-Петропавловском соборе города Минска и копии Игоря Гордиёнка и Сергея Шемета 2004 года. Многие из этих современных копий икон Матери Божьей Будславской помещаются в центральных или в боковых алтарях многих белорусских костёлов. К примеру, одна из копий находится в главном алтаре минского костёла Святых Симеона и Елены (Красный костёл).

Также немаловажным в популяризации Будславской святыни и феста является издание различного рода литературы. Первой публикацией про Будслав в постсоветский период стала публикация польского искусствоведа Марии Каламайской-Саед, которая в 1995 году в сборнике материалов Товарищества историков искусства опубликовала статью «Алтарь в Будславе». Активно начал популяризировать Будславскую святыню и ксёндз Владислав Завальнюк, который в 1997 и 1998 годах издал две книги: «Будслаўскі касцёл – Святыня Беларусі» (94 страницы) и «История Будславской Базилики» (111 страниц). Следующей публикацией были две брошюры 2001 года Ежи Ковальчика «Старажытны алтар» и отца Иннокентия Русецкого «Нацыянальны Санктуарый Маці Божай Будслаўскай». В 2004 году издательством «Pro Christo» была издана книга белорусского искусствоведа Александра Ярошевича «Абраз Маці Божай Будслаўскай» (32 страницы + 64 страницы цветных

иллюстраций); а в 2009 году – сборник «Нацыянальны Санктуарый Маці Божай Будслаўскай» (96 страниц; в двух языковых изданиях: на белорусском и на русском). Также в издательстве «Беларусь» вышел альбом Александра Ярошевича «Будслаўская базіліка Унебаўзяцця Найсвяцейшай Панны Марыі» (80 страниц).

Информация о Будславе и о иконе была включена и в следующие энциклопедические издания: «Каталіцкія храмы на Беларусі» 2000 и 2008 годов издания, «Рэлігія і царква на Беларусі» 2001 года, «Вялікае Княства Літоўскае» 2005 года, «Арганы Беларусі» 2018 года; а также в справочник «Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь» 2009 года. Упоминания про Будслав содержатся и в монографиях Александра Лакотки «Нацыянальныя рысы беларускай архітэктуры» 1999 года, Тамары Габрусь «Мураваныя харалы: Сакральная архітэктура беларускага барока» 2001 года.

Свое место Будславская святыня заняла и на страницах неоднократно переизданного (с 2004 по 2015 г.) репрезентативного фотоальбома-сувенира «Спадчына Беларусі».

Также в настоящее время разрабатывается тема Будслава и в художественной литературе. Изданы на эту тему сборники произведений «Падарожжа ў Будслаў» 2002 года и «Будслаў – прызнанне ў любові» 2013 года.

В начале рассматриваемого нами периода (1990-е года) основным средством массовой информации оставались печатные СМИ (журналы, газеты). Первыми изданиями, которые публиковать информацию о Будславской святыне и Будславскому фесту, были католические конфессиональные журналы: религиозный журнал «Ave Maria», издающийся с 1994 года (ежегодно освещает события, связанные с Будславской святыней и фестом); историческо-культурно-религиозный журнал «Наша Вера», издающийся с 1995 года (периодически публикует статьи, посвященные Будславу, в т. ч. таких авторов, как искусствоведов А. Ярошевича, Т. Габрусь). Также периодически информация о Будславе появляется на страницах детского религиозного журнала «Маленькі рыцар Беззаганнай», информационного бюллетеня «Каталіцкія навіны», журнала «Дыялог» и газеты «Слова жыцця».

С увеличением статуса Будславского феста к данному событию начали проявлять интерес и светские СМИ. Можно отметить публикации про Будславский фест в таких изданиях, как «Беларусь Сегодня», «Рэспубліка», «Народная Воля», «Звязда», «Белорусская деловая газета», «Имя». В течение последних десяти лет Будславский фест является обязательным инфоповодом, который активно освещается в республиканской и местной прессе.

С развитием и увеличением доступности Интернета появилась возможность распространять информацию и в электронном виде. В 2001 году был основан католический информационный портал Catholic.by (получил статус официального портала Конференции католических епископов Беларуси в 2003 году), который активно включился в распространение информации о Будславе. Впоследствии этот интернет-ресурс стал основным источником информации о деятельности Католической Церкви в Беларуси. Католическая конфессиональная пресса, упомянутая выше, также завела свои интернет-сайты, на который пользователям стала доступна их электронная версия, что значительно расширило их аудиторию.

СМИ, базирующиеся на основе сети Интернет (к примеру, TUT.BY, Onliner), с начала своего существования активно взяли и за освещение тематики, связанной с Будславом. Публикуемые ими статьи отличаются оригинальностью. С развитием Интернета появилась также возможность публиковать в сети видео и организовывать видеотрансляции. Этой возможностью активно пользуется портал Catholic.by, который ежегодно организует прямые трансляции с паломничеств и с самого Будславского феста. Это стало возможным благодаря тому, что мобильные операторы значительно расширили ёмкость своих сетей в Будславе и установили там оборудование для высокоскоростного доступа в Интернет.

В связи с увеличением доступности Интернета многие приходы также завели свои страницы в Интернете, где в том числе публикуют материалы о паломничестве в Будслав. Такая страница есть и у Будславского прихода.

Большую популярность приобрели и социальные сети, где люди публикуют фотографии и свои впечатления от участия в паломничестве и фесте в Будславе. Возможностями социальных сетей для продвижения информации пользуются и структуры Католической Церкви.

Информационное присутствие Будслава в сети Интернет на данный момент можно оценить как высокое.

В заключение следует отметить, что все события и мероприятия, связанные с современной историей Будславского феста, направлены на его возрождение, развитие, популяризацию и повышение статуса. Для этой цели, с одной стороны, используются традиционные действия, которые предпринимались в более ранние периоды истории вплоть до советского времени, когда традиция была почти утеряна. С другой стороны, для возрождения, развития, популяризации и повышения статуса феста изыскиваются и используются и современные средства: ежегодное освещение и популяризация феста и паломничества в печатных и электронных средствах массовой информации и коммуникации (как конфессиональных, так и светских: частных и государственных), выпуск памятных монет и марок, признание важности феста как на

государственном, так и на международном уровне. Поэтому все эти действия можно рассматривать как инструменты маркетинговой политики данного массового событийного мероприятия. Основным инициатором всех вышеперечисленных событий, мероприятий и т. п. по возрождению, развитию, популяризации и повышению статуса Будславского феста являлись структуры Католического Костёла в Республике Беларусь.

Мы так подробно описываем современную историю Будславской святыни и Будславского феста, чтобы показать, насколько большими были усилия, приложенные с целью их возрождения, развития, популяризации и повышения статуса. Без этого невозможно было бы достичь того уровня и статуса Будславского феста, который мы имеем сегодня.

**Фотографии из архива Будславского прихода**



**Рисунок 1 – Будславский фест. Фото начала XX ст. [17, с. 12]**



**Рисунок 2 – Будславский фест. Вид с балкона на фронтоне храма на площадь перед храмом. Фото 1920-х гг. из архива прихода в Будславе.**



**Рисунок 3 – Будславский фест. Фото 1920-х гг. из архива прихода в Будславе.**



**Рисунок 4 – Будславский фест. Фото 1920-х гг. [17, с. 12]**



**Рисунок 5 – Будслав. Торжества в честь Дня Конституции Речи Посполитой.  
Фото 3 мая 1925 года из архива прихода в Будславе.**



**Рисунок 6 – Будслав. Рождественские празднования.  
Фото начала XX ст. из архива прихода в Будславе.**



**Рисунок 7 – Будславский фест в советское время.  
Фото 2 июля 1952 года из архива прихода в Будславе.**