

https://studbooks.net/2592546/kulturologiya/vystavki_zhivopisi_muzeyah_respubliki_belarus_sovremennom_etape. – Дата доступа: 22.03.2020 г.

4. Жук, В. И. Живопись Беларуси на рубеже веков: потери и обретения / В. И. Жук. – Минск : Беларус. наука, 2013. – 159 с. : ил.

5. Минск: Художественные галереи [Электронный ресурс]. – 2019–2020. – Режим доступа: <https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g294448-Activities-c49-t1-Minsk.html>. – Дата доступа: 22.03.2020 г.

Эстрина Н. В., студент 530м группы
заочной формы обучения

Научный руководитель – Козленко Е. Ю.,
кандидат педагогических наук, доцент

БИБЛИОТЕЧНОЕ КРАЕВЕДЕНИЕ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ

Сегодня краеведение находится на подъеме, который обусловлен возрождением белорусской истории, культуры, языка, возрастанием интереса к прошлому, своим корням, к познанию «малой Родины». Подъем национальной самостоятельности, возникновение многочисленных краеведческих обществ, создание новых этнографических, краеведческих, мемориальных музеев и активизация тех, что уже существуют, расширение круга клубов, гостиных, кружков – все это создает условия для активизации краеведения на Беларуси. Общественные потребности в краеведческой информации удовлетворяют не только архивы и музеи, но и библиотеки – наиболее доступные социальные институты. Деятельность библиотеки тесно связана со всеми формами и направлениями краеведения, а весь комплекс работ библиотек в области краеведения сравнительно недавно получил в профессиональной лексике термин «библиотечное краеведение».

Библиотечное краеведение как составная часть общего краеведения имеет цель выявить, собрать, сохранить и предоставить в пользование материалы, связанные по содержанию с определенной местностью, которая является родным краем для ее населения [4, с. 12].

Эффективное продвижение собственных ресурсов и поиск туристических услуг библиотеки способны осуществлять на базе новой технологии – брендинга, т. е. создания имиджа территории, образа, который сложится в сознании людей о конкретной территории. В имидже региона должны быть воплощены все его конкурентные преимущества, ресурсные возможности и траектория их развития [3, с. 165]. Для этого библиотеке необходимо обратиться к истории, к тем отличительным особенностям местности, в которой проживает население.

Инструменты стратегии продвижения территории можно разделить на две группы: коммуникационные инструменты, которые выступают основными методами информационного воздействия на целевой сегмент потребителей, и имиджевые инструменты, направленные на формирование положительного имиджа территории.

К коммуникационным инструментам относятся: реклама, прямое общение, стимулирование продаж, связи с общественностью. В число имиджевых инструментов входят: формирование ассоциаций, организация событий и мероприятий, использование визуальных символов, разработка слоганов и тем позиционирования, легендирование [2, с. 10].

Имиджевые инструменты продвижения позиции территории направлены, прежде всего, на формирование совокупности устойчивых представлений о территории, соответствующих действительности.

Библиотеки, наряду с музеями и архивами, входят в число основных держателей краеведческих информационных ресурсов и, обладая огромными информационными возможностями, все больше обращаются к оказанию туристических услуг, таких как сбор и предоставление туристской информации,

организация выставочной, музейной, экскурсионной и других видов деятельности. К тому же возможность использования библиотечного пространства рассматривается как привлекательный объект туризма, располагающий историческим зданием, музейными экспозициями, площадками для презентаций творчества местных мастеров [1, с. 5].

Обладание значительными краеведческими ресурсами предоставляет библиотекам возможность стать центрами краеведческого просвещения населения и продвигать туристические бренды края. В этой ситуации краеведческий туризм может стать приоритетным направлением работы отечественных библиотек, включающим два основных компонента – информационное обеспечение туризма и проведение экскурсионной деятельности.

Как туристический объект может выступать здание библиотеки, если оно имеет историческую ценность или является объектом культурного наследия, т. е. может быть самостоятельной целью или входить в кольцо туристического маршрута.

В структуре библиотек функционируют краеведческие уголки, мини-музеи, где представлены материалы этнографического, исторического, декоративно-прикладного характера территории. Создание мини-музеев положительно влияет на имидж библиотеки, подчеркивая ее уникальность. Большинство музеев при библиотеках оформляются в историко-этнографическом стиле, т. е. содержат информацию по истории населенного пункта, прославленным жителям, знаменательным событиям, брендовым территориям и т. п. В структуре библиотеки могут появиться и литературно-искусствоведческие музеи, посвященные творчеству писателей-земляков; музеи декоративно-прикладного искусства.

На основе экспозиции своего музея библиотекари получают возможность проводить разнообразные мероприятия (беседы-экскурсии, конкурсы на лучшего знатока истории региона, лучший рисунок о прошлом города, лучшее сочинение о писателе или поэте и т. п.). В музеях при библиотеках можно

проводить тематические или литературные вечера, фольклорные праздники, дни народного творчества, выставки народных промыслов и ремесел, презентации и премьеры книг, журналов краеведческой тематики, встречи с выдающимися людьми города [1, с. 7].

Для информационного продвижения и развития туризма библиотеки могут вести работу по созданию собственных электронных ресурсов.

Информационные ресурсы, направленные на развитие краеведческого туризма, включают в себя:

- картографическую информацию,
- пресс-клиппинги (от англ. «вырезки из прессы»)
- подборка газетных вырезок по определённому направлению, отсканированных страниц печатных СМИ и копий компьютерного экрана интернет-сайтов, содержащих публикации по интересующим темам),
- мультимедийную продукцию,
- интерактивные путешествия,
- информационно-библиографические ресурсы,
- фрагменты художественных, музыкальных произведений,
- электронные презентации,
- фотогалереи,
- справочную информацию [1, с. 6].

Таким образом, роль библиотек в формировании туристического имиджа местности и развитии краеведческого туризма трудно переоценить: они предоставляют доступ местному населению и гостям местности к информационным ресурсам по туризму на современном и качественном уровне с использованием традиционных и новейших библиотечно-информационных технологий. Библиотека в роли информационного партнера туристическим структурам предоставляет информационные материалы и информационные продукты для буклетов, программ, экскурсий. Она сохраняет культурное наследие и традиции, вносит свой вклад в развитие региона, приобщает население местности к истории родного края.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Библиотека и краеведческий туризм: современные подходы : метод. рек. / Упр. культуры и арх. дела Тамб. обл. ; Тамб. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина, науч.-метод. отд. ; сост. Н. В. Аверьянова, ред. И. С. Мажурова, отв. за вып. Л. Н. Патрина. – Тамбов, 2017. – 35 с.
2. Борисова, О. М. Имиджевые инструменты продвижения стратегической концепции маркетинга территорий / О. М. Борисова, А. В. Тимофеев // Вестник Сибирск. ин-та бизнеса и информационных технологий. – 2015. – № 2. – С. 9–16.
3. Дроздова, Ю. А. Имидж региона: коммуникативные аспекты определения, структурирования и продвижения / Ю. А. Дроздова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоград. ин-та бизнеса. – 2014. – № 4. – С. 165–169.
4. Стрыжонак, І. М. Бібліотечно-бібліографічне краєзнавство / І. М. Стрыжонак, В. І. Саїтава [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.buk.by/libbuk/?page_id=34. – Дата доступа: 18.01.2020.

Юкович А. А., БГУКИ, студент 313к группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Кривошеева С. В.,
кандидат искусствоведения, доцент кафедры

ФЕНОМЕН ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ИСКУССТВА В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЕ XXI ВЕКА

Мы живем в эпоху, когда любая антропогенная деятельность приводит к неизбежным изменениям климата планеты. Проблема нарушения экологического равновесия во взаимоотношениях человека и окружающей среды является важнейшей проблемой сегодняшнего дня и одной из