

чалась в том, что в нем участвовали художники, принадлежащие к немногочисленной группе творцов, изображающих лошадей. Работы отличались особенностями визуального воздействия и вместе с тем символизировали дружеский диалог и взаимодействие китайской и белорусской культур. Сотрудничество НХМ Беларуси с китайскими мастерами искусства активно развивается. Так, в музее работала выставка, посвященная году Лошади, в которой вместе были собраны картины мастеров Поднебесной из коллекции НХМ, китайские скульптуры из частных коллекций, а также белорусские произведения искусства на соответствующую тему.

На выставке керамики и фарфора Китая, проводившейся НХМ Беларуси с 26 сентября по 24 ноября 2011 г., среди экспонатов из фондов музея была представлена круглая скульптура малых форм – цинские фарфоровые фигуры (статуэтки) «восьми бессмертных» и фигура лошади, выполненная современным шиванским мастером [3]. Таким образом, произведения китайской скульптуры, представленные НХМ РБ, дают представление о некоторых аспектах развития скульптуры этой страны и открывают новые перспективы для сотрудничества в сфере скульптуры и других видов искусства.

Список использованных источников

1. Свод договоров Китайской Народной Республики. – Т. 39. – 1992 / Юридический отдел МИД КНР. – Пекин: Шицзе чжиши, 2006. – С. 454–457.
2. URL: <http://belarusian.cri.cn/53/2010/09/10/2s4834.htm>. – Дата доступа: 17.01.2014.
3. URL: <http://artmuseum.by/ru/vyst/proshedshie-vyistavki/keramika-i-farfor-kitaya.-iz-sobraniya-nxm-rb>. – Дата доступа: 13.02.2014.

*Т. В. Титовец, аспирант БГУКИ
Научный руководитель – П. Г. Игнатович,
кандидат исторических наук, профессор*

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ КУЛЬТУРЕ

Национально-культурная идентичность в Беларуси является актуальной темой исследования. Интерес к категориям «нация», «идентификация», «идентичность» стал следствием социаль-

ных, экономических, политических, культурных изменений в начале 90-х гг. XX в., которые привели к распаду СССР и образованию суверенной и независимой Республики Беларусь. Тема исследования национально-культурной идентичности является достаточно разработанной, однако сложности в ее определении как понятия или концепта по-прежнему являются актуальными. Для того, чтобы определить сущность проблемы исследования белорусской идентичности, необходимо рассмотреть структуру, содержание и подходы к ее изучению.

Становление и развитие белорусской идентичности происходило в условиях сложившейся социально-культурной ситуации. Сегодня современную социально-культурную ситуацию в нашей стране определяют факторы, обуславливающие внутреннюю динамику общества (экономика, урбанизация), а также факторы исторического характера (традиции, национальный образ жизни) и внешние факторы (влияние мировой культуры, межгосударственные культурные контакты) [2, с. 90]. Все это оказывает существенное влияние на особенности исследования национально-культурной идентичности.

Теоретический и эмпирический уровни исследования белорусской идентичности представлены работами отечественных авторов: Е. М. Бабосова, И. Бобкова, Н. Н. Беспамятных, И. Бугрова, А. Н. Данилова, А. Екадумова, П. Г. Игнатовича, А. Казакевича, Г. Н. Касперович, Т. М. Микулич, Г. Миненкова, А. Насута, Л. И. Науменко, У. Д. Розенфельда, П. Рудковского, В. И. Русецкой, С. Санько, Л. Г. Титаренко, О. Шпараги. Это говорит о значимости и важности исследуемой проблемы.

В настоящее время нет общепринятого подхода по определению белорусской идентичности как концепта. Во-первых, это связано с проблематикой определения терминов «идентичность», «нация»; во-вторых, с особенностями становления и развития белорусской государственности. Все это, а также многочисленные разрушительные войны, чернобыльская трагедия, распад СССР, трудности белорусских граждан в абстрагировании от советского прошлого, наличие двуязычия делают белорусскую «модель» идентичности уникальной; она не соответствует общим правилам построения теории об идентичности, которым легко отвечают другие государства, становление которых отличалось стабильностью и однородностью в период формирования нации.

Существующее многообразие подходов по исследованию белорусской идентичности можно свести к трем основным: идентичность как данность, идентичность как конструкция и, наконец, подход, предусматривающий объяснение каждого отдельного случая в его историческом контексте [3, с. 31]. Для подхода «идентичность как данность» характерна основополагающая роль языка в формировании идентичности, обосновывается его влияние на становление и формирование ее особенностей. Подход «идентичность как конструкция» сопоставляет понятия «нация» и «идентичность», значительное место уделяя внешним и внутренним факторам формирования нации. Сущность третьего подхода заключается в рассмотрении идентификационных процессов в целом, а не конкретно идентичности. Большинство белорусских исследователей для изучения национальной идентичности используют подход «идентичность как конструкция», так как данный подход позволяет раскрыть сущность понятий «нация» и «идентичность», выявить влияние исторических и географических факторов на идентификационные процессы и формирование особенностей белорусской идентичности в целом. Данный подход позволяет рассматривать идентичность как сложную систему с определенной структурой.

Структура национально-культурной идентичности состоит из когнитивного и аффективного компонентов. Содержание когнитивного компонента составляют знания белорусов о своем народе, его территории, национальной символике, обычаях, традициях. Когнитивный компонент находит свое выражение через представления о своем народе, которые создают систему идентификационных признаков. Это религия, менталитет, историческая память. Аффективный компонент выражается через чувства национального самоуважения, гордости за свою страну. Примером аффективного компонента идентичности белорусской нации является чувство гордости белорусов за свою страну, показавшей высокие спортивные достижения на зимних Олимпийских играх – 2014 в Сочи.

Для понимания процесса формирования белорусской идентичности необходимо обратиться к таким важным категориям, как идентификация и идентичность. Идентичность (лат. *identificare* – отождествлять, позднелат. *identifico* – отождествляю) – соотнесенность чего-либо («имеющего бытие») с самим собой в связности и непрерывности собственной изменчивости

и мыслимая в этом качестве («наблюдателем»), рассказывающим о ней себе и «другим» с целью подтверждения ее саморавности) [1, с. 344]. Идентичность представляет собой законченный результат, в то время как категория «идентификация» отражает процесс формирования идентичности, выступая в качестве механизма, проявляющегося в процессе отождествления индивида с определенной общностью или группой. Становление, формирование и развитие целостной белорусской идентичности представляет собой синтез и интеграцию идентификаций.

Содержательное наполнение белорусской национально-культурной идентичности включает общие для всего народа знания, идеи, желания, смыслы, чувства. В основу формирования белорусской идентичности положены базовые ценности: здоровье, семейное благополучие, счастливая жизнь, достаток, безопасность, социальная справедливость и равенство. Ряд отечественных исследователей считают, что основу национально-культурной идентичности белорусов составляют: социальное равенство, незамкнутость белорусского народа, миролюбие, гостеприимность, открытость и готовность к межкультурному диалогу и сотрудничеству с другими государствами, отсутствие чувства национальной исключительности и превосходства над другими народами, традиционность, коллективизм, взаимовыручка, бескорыстная помощь ближнему, общинность и трудолюбие, патриотизм, чувство привязанности к родной земле и родному краю, толерантность, духовная стойкость, высокая адаптивность к изменяющимся условиям жизни.

Таким образом, белорусская национально-культурная идентичность является сложно организованной системой, которая имеет свою структуру и содержание. При существующем многообразии подходов к исследованию национальной идентичности необходимо использовать, на наш взгляд, поликонцептуальный подход, который представляет собой синтез различных концепций, ведь особенностью исследования белорусской идентичности является ее динамический, изменяющийся характер, что важно учитывать при ее изучении. На наш взгляд, только путем использования различных подходов в исследовании белорусской идентичности можно сконструировать уникальную моносистему, которая позволит рассмотреть белорусскую «модель» идентичности во всем ее многообразии.

Список использованных источников

1. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. академика РАН Г. В. Осипова. – М. : Инфра-М : Норма, 1998.
2. Скороходов, В. П. Белорусская культура: вопросы и ответы : информ. сб. / науч. ред В. П. Скороходов. – Минск : БелГИПК, 2002. – 100 с.
3. Тумилович, Г. Белорусская идентичность. Ключевые факторы и спорные моменты / Г. Тумилович // Сакавік. – Атава, Канада, 2013. – Вып. 1. – С. 30–52.

*О. И. Улосович, магистрант БГУКИ
Научный руководитель – Н. Е. Петушко,
кандидат педагогических наук, доцент*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В БИБЛИОТЕКЕ

Эффективность функционирования библиотеки напрямую зависит от того, насколько активно в ее деятельности используются маркетинговые коммуникации. Коммуникация – это, прежде всего, процесс взаимодействия библиотекаря и пользователя на предмет использования ресурсов, библиотечно-информационных продуктов и услуг. Коммуникации также содействуют повышению имиджа конкретной библиотеки, статуса библиотечных сотрудников, улучшению взаимодействия библиотекарей в профессиональном сообществе. Важно помнить, что неверная или даже недостаточно продуманная коммуникационная политика может не только не оправдать затраченное время и средства, но и нанести вред имиджу библиотеки.

Использование теоретической базы в формировании комплекса маркетинговых коммуникаций ставит данный процесс на научную основу, помогает ориентироваться в сложных ситуациях, обобщает накопленную информацию и дает возможность прогнозирования последствий и реакций. В связи с этим представляется рациональным использование в качестве теоретической основы для формирования комплекса маркетинговых коммуникаций в библиотеке теории классического маркетинга. Определения, которые давно сформировались в классической теории и успешно применяются, следует использовать и в библиотечном маркетинге [4].