

## **ОСОБЕННОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ БЕЛАРУСИ В КОНТЕКСТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТЕРЕОТИПОВ РАБОТНИКОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА БЕЛОРУССКО–ЛИТОВСКОМ ПОГРАНИЧЬЕ**

**С.В. Донских**

Гродненский государственный университет им. Янки Купалы

Развитие отечественной индустрии туризма и гостеприимства требует широко использования современных маркетинговых подходов и инструментов. Одним из наиболее успешных среди них является формирование туристических брендов. В Государственной программе развития туризма в Республике Беларусь на 2011 – 2015 гг. в рамках подпрограммы «Маркетинг туристических услуг» было запланировано еще в 2011 г. создать туристические бренды для каждого района, всех областей и города Минска (П.8 и П.9 подпрограммы). К сожалению, это не было выполнено. Главная причина – отсутствие на сегодняшний день в белорусской науке глубоких и долгосрочных исследований по формированию «пространственных брендов» («геобрендингу» и маркетингу территорий).

Бренд зачастую неоправданно отождествляется с логотипом и слоганом. Однако успешный территориальный бренд, а туристический бренд во многом является таковым, формируется на основе объективных пространственных характеристик, устойчивых стереотипов и автостереотипов, а также многолетней работы маркетологов по структурированию и коррекции бренда [1, с. 46 – 48]. В общих чертах, в этой работе следует выделить четыре основных этапа: выявление и описание территориальной индивидуальности, анализ образа и/или образов конкретного пространства (стереотипов и автостереотипов), сознательное формирование имиджа (что потребует определенных изменений от самого территориального субъекта) и лишь на заключительной стадии – создание и продвижение бренда [2, с. 89 – 91].

В рамках международного проекта «Продвижение туризма через повышение осведомленности об истории и культуре регионов» автору удалось 25 – 27 февраля 2014 г. провести опрос 20 экспертов с белорусской и литовской стороны. Все они являлись представителями туристического бизнеса, национальных туристических администраций или учреждений, связанных с обслуживанием туристов (музеев и информационно–туристических центров) из Гродно и Друскининкая. С учетом репрезентативности выборки анкетирование необходимо рассматривать как «блиц–опрос экспертов», на основе которого возможна формулировка гипотез и развернутых анкет для дальнейших исследований. Целью анкетирования являлось выяснение представлений и стереотипов белорусских и литовских участников круглого стола о потенциале и перспективах развития трансграничного туризма в Беларуси и Литве, основанного в первую очередь на использовании историко–культурного наследия (что определяется целями проекта).

Анкетирование осуществлялось в два этапа посредством четырех анкет. Белорусские и литовские участники круглого стола заполняли по две «зеркальные» анкеты. Анкеты 1–BY и 1–LT предлагали респондентам охарактеризовать их уровень знаний и представлений о Литве и Беларуси соответственно. Анкеты 2–BY и 2–LT предполагали аналогичную характеристику относительно «родных» стран: Беларуси и Литвы. Таким образом, анкеты 1–BY и 2–LT отчасти коррелировали между собой по предмету анкетирования (белорусские стереотипы о Литве vs «автостереотипы» о Литве). Аналогичным образом анкеты 1–LT и 2–BY коррелировали между собой (литовские стереотипы о Беларуси vs «автостереотипы» о Беларуси). Тематика анкет предполагала затронуть следующие вопросы: 1–BY «Литва глазами белорусов», 1–LT «Беларусь глазами литовцев», 2–BY «Беларусь глазами белорусов», 2–LT «Литва глазами литовцев».

Количество ответов на каждый вопрос не ограничивалось. Поэтому число «позиций» и частота их упоминания не совпадают с количеством опрошенных с литовской и белорусской стороны. Аналогичные или близкие ответы учитывались как одна «позиция» с последующим подсчетом числа подобных ответов во всех анкетах с белорусской или литовской стороны. Чем больше аналогичных и близких ответов давалось респондентами на один вопрос – тем более устойчивыми считались выявленные стереотипы и тем более общезначимыми признавались выявленные представления и мнения анкетированных. Формулировки ответов заранее не оговаривались и ничем не ограничивались. Было важно получить максимально полную информация от участников круглого стола, отражающую их уровень и особенности стереотипов и «автостереотипов» касательно культурного туризма.

Результаты анкеты 1–ЛТ «Беларусь глазами литовцев» позволяют говорить о большом разнообразии стереотипов и представлений литовцев о Беларуси как дестинации, связанной с культурным туризмом. На первый вопрос «Что Вы знаете о Беларуси?» (что является характерным, знаменитым в Беларуси...) были указаны 14 позиций и даны 20 ответов. Из них 10 позиций получили лишь по 1 ответу. Самыми популярными позициями являлись: памятники истории – 2 ответа, замки – 2 ответа, усадьбы – 2 ответа. Все остальные позиции были отмечены литовскими участниками только один раз, но почти все они имели отношение не к истории Беларуси, а к ее повседневной жизни: «большая страна», «порядок», «диктатура», «гостеприимство», «искренность», «картошка», «водка» и т.п.

В «реверсной» анкете 2–ВУ «Беларусь глазами белорусов» участники при ответе на первый вопрос «Что бы Вы хотели показать в первую очередь иностранным туристам в Беларуси?» отметили 26 позиций и дали 48 ответов. Самыми популярными из них являлись: культура и/или культурное наследие – 6 ответов, Гродно – 4 ответа, Беловежская пушча – 3 ответа, история – 3 ответа, события и фестивали – 3 ответа. Примечательно, что 11 позиций касались конкретных белорусских городов или объектов показа, которые упоминались респондентами всего один – два раза (Августовский канал, Мир, Несвиж, Минск, Брест, Браславские озера, Гервяты и т.д.).

Таким образом, в плане развития культурного туризма в Беларуси белорусы делают ставку на историко–культурное наследие и недооценивают потенциал культуры повседневности и современных норм и обычаев. В то время как литовские участники почти не знают историко–культурное наследие Беларуси, зато живо интересуются ее современной жизнью и обычаями.

На второй вопрос анкеты 1–ЛТ «Беларусь глазами литовцев» «Что бы Вы хотели узнать о Беларуси? (увидеть, попробовать и т.д.)» литовскими участниками были указаны 10 позиций на которые были даны 15 ответов. Самыми популярными из них являлись: посещение исторических мест и памятников – 3 ответа, участие в традиционных мероприятиях – 2 ответа, культурное наследие – 2 ответа. Все остальные позиции были указаны лишь по одному разу и продемонстрировали большой разброс интересов литовских участников относительно Беларуси: от «столицы» и «Новогрудка» до «знакомства с настоящей жизнью» и «доступным (повседневным) досугом». На третий вопрос анкеты 1–ЛТ «Беларусь глазами литовцев» «Что на Ваш взгляд является самым интересным в Беларуси? (увлекательным, уникальным, достойным внимания и т.д.)» литовскими участниками были указаны 6 позиций, на которые были даны 18 ответов. Самыми популярными из них были: историческое наследие и история ВКЛ – 7 ответов, обычаи и традиции, уникальная политическая ситуация для Европы и архитектура – по 2 ответа.

В целом, стереотипы литовцев о Беларуси являются очень индивидуальными и касаются в первую очередь современной Беларуси. В то время как туристическая мотивация литовцев (применительно к Беларуси), наоборот, больше связана с историческим прошлым. Образно говоря, это «возвращение к себе» или «обращение к истокам». Таким образом, «блиц–опрос экспертов» от туристической отрасли на белорусско–литовском пограничье выявил две устойчивых доминанты в образе Беларуси: общее историко–культурное наследие, как то, что непосредственно привлекает туриста в Беларуси, и актуальная повседневная культура Беларуси, как то, что турист хотел бы открыть и непосредственно пережить как новый уникальный опыт.

#### **Список использованных источников:**

1. Митин, И.И. Комплексные географические характеристики. Множественные реальности мест и семиозис пространственных мифов / И.И. Митин. – Смоленск: Ойкумена, 2004. – 160 с.
2. Ли Чон Ку Разработка имиджевой стратегии города Гродно / Ли Чон Ку // Университет, город, регион: перспективы взаимодействия материалы межд. науч. конф., посвящ. 880–й годовщине основания г. Гродно / ГрГУ им. Я. Купалы; редкол. Е.А. Ровба [и др.]. – Гродно: ГрГУ. 2008. – 207 с.