

4. Создание видеоканала. Такую возможность бесплатно предоставляет сайт YouTube. Более того, видео позволяет донести наглядную информацию о гостиничной услуге до потребителей.

5. Контент-маркетинг. Суть контент-маркетинга состоит не в рекламе определенного продукта, а в формировании интереса к предприятию. Другими словами, это связи с общественностью. Распространение полезной информации, общение с клиентами, но без навязывания услуг, вызывает доверие у целевой аудитории.

Продвижение гостиничных услуг в Интернете не требует больших затрат и охватывает большой объем аудитории, но следует знать, что мгновенных результатов ждать не стоит, так как работа по продвижению в интернете требует много внимания и времени.

В заключение можно сказать, что система продвижения услуг является важной частью гостиничного предприятия, особенно в современных условиях жесткой конкуренции. Но важно отметить, что нельзя создать единую систему продвижения услуг для всех гостиниц, необходимо учитывать особенности каждого предприятия и на их основе разрабатывать индивидуальную систему продвижения.

Литература

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2014. - 496 с.
2. Лисицына, Т. Б. Культура и туризм как инструменты повышения человеческого потенциала нации / Т. Б. Лисицына // Труды Всероссийской научно-практической конференции. Национальная академия туризма (Санкт-Петербург. 14-15 апреля 2016 г.). - СПб.: Д.А.Р.К., 2016. - 416 с.
3. Маркова, В. Д. Маркетинг услуг / В. Д. Маркова. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 261 с.
4. Печерица, Е. В. Особенности рекламы в гостиничном бизнесе / Е. В. Печерица // Российское предпринимательство. - 2012. - №12 [210].-С. 118-123.

КУЛЬТУРНАЯ СПАДЧЫНА ЯК ФАКТАР УСТОЙЛІВАГА РАЗВІЦЦЯ МАЛЫХ ГАРАДОЎ Ю. У Зянькевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
факультэт сацыякультурных камунікацый,

вул. Курчатава, 5, 220108, Мінск, Рэспубліка Беларусь
e-mail: zenkevich.julia@gmail.com

Артыкул прысвечаны праблеме культурнай спадчыны Беларусі, фарміраванню сістэмы гісторыка-культурных тэрыторый. Асаблівая ўвага надаецца паняццю "гістарычны горад" якое разглядаецца як адзіны тэрытарыяльны комплекс культурнай і прыроднай спадчыны.

Ключавыя словы. культурная спадчына, сацыякультурнае праектаванне, гістарычны горад, урбаністычная спадчына.

CULTURAL HERITAGE AS A FACTOR FOR SUSTAINBLE DEVELOPMENT OF SMALL TOWNS

Y. U. Ziankevich

Belarusian State University,
Sociocultural Communications Department,
Kurchatov Str. 5, 220108, Minsk, Republic of Belarus
e-mail: zenkevich.julia@gmail.com

The article is devoted to the problem of cultural heritage of Belarus, formation of a system of historical and cultural territories. Particular attention is paid to the concept of "historical city" which is considered as a single territorial complex of cultural and natural heritage.

Key words: cultural heritage, socio-cultural design, historical city, urban heritage.

На мяжы XX-XXI стст. культура Беларусі перажывае вельмі цяжкі і супярэчлівы перыяд. Застаецца вельмі незайдзросным яе фінансавае становішча – не хапае сродкаў на рэстаўрацыю помнікаў культурнай спадчыны, на рэалізацыю цікавых і перспектыўных праектаў і на падтрыманне ўстаноў культуры. Многія прапановы, якія раней прайшлі стадыю тэхніка-эканамічнага абгрунтавання або перайшлі ўжо ў стадыю праекта, так і засталіся нерэалізаванымі. Вострая праблема застаецца з адраджэннем забытых гістарычных месцаў і гарадоў.

Аднак сучаснае грамадства ўсё больш і больш звяртаецца да культуры мінулага часу і новых накірункаў культурнага жыцця. Адбываецца пераацэнка нацыянальнай спадчыны, вяртаюцца забытыя імёны, аднаўляюцца рэлігійныя святыні. У апошнія некалькі дзесяцігоддзяў прыкметнай з'явай жыцця Беларусі стала з'яўленне мноства выданняў па гісторыі, этнаграфіі,

краязнаўстве, з'яўляюцца публікацыі нявыдадзеных рукапісаў. Асаблівае месца заняло паняцце «спадчына», якое ўжо перастае ўспрымацца як нейкая сукупнасць «помнікаў культуры» ці нешта матэрыяльнае.

Спадчына — гэта пераход ад аховы асобных помнікаў да захавання ўсёй гісторыка-культурнай спадчыны ў цэласнасці і разнастайнасці, уключаючы як самі аб'екты спадчыны, прастору, у якой яны існуюць, так і чалавека як носьбіта гэтай спадчыны [5, с. 10-16]. У сучасных даследаваннях пад культурнай спадчынай разумеецца не проста збор твораў, але і іх прыродны кантэкст, які сукупна уяўляе сабой завершаны цэласны ансамбль, што валодае магутным сімвалічным і інфармацыйным патэнцыялам, неабходным для развіцця і перадачы будучым пакаленням. Акрамя таго спадчына — гэта нацыянальнае багацце і сродак, якія могуць з'яўляцца адным з найважнейшых рэсурсаў далейшага развіцця грамадства і тэрыторыі. Выконваючы функцыю фарміравання і захавання ідэнтычнасці, культурная спадчына выступае ў якасці фактару падтрымання стабільнасці і развіцця рэгіёна.

Варта заўважыць, што культурная сфера мае важнае значэнне ў фарміраванні сацыяльнага капіталу і падтрыманні занятасці насельніцтва. Культурная спадчына ўяўляе сабой базу, на аснове якой мясцовая супольнасць можа выбудаваць эфектыўныя сацыяльныя стратэгіі, накіраваныя на пашырэнне рынку культурных паслуг і прадуктаў развіцця турызму і матэрыяльнай базы сферы культуры.

Адной з адмысловых задач сучаснага культурнага развіцця з'яўляецца фарміраванне сістэмы гісторыка-культурных тэрыторый. Гэты напрамак у культурнай палітыцы прадугледжвае захаванне спадчыны перш за ўсё па тэрытарыяльным прынцыпе [3, с. 93].

Гісторыка-культурная тэрыторыя — гэта цэласная прасторавая сістэма, дзе ў традыцыйным і культурным асяроддзі захоўваюцца аб'екты выключнай каштоўнай значнасці. Унікальнасць такой тэрыторыі вызначаецца наяўнасцю і спалучэннем мемарыяльных, архітэктурных і археалагічных аб'ектаў помнікаў навукі, інжынерных збудаванняў, нематэрыяльнай культурнай спадчыны (народныя промыслы, гаспадарчая дзейнасць, фальклор, абрадавая дзейнасць, народная медыцына) і прыроднай спадчыны.

У дадзены момант прынята вылучаць наслупныя тыпы гісторыка-культурных тэрыторый: гарады, сельскія паселішчы, этнаэкалагічны раёны пражывання, сядзібныя і манастырскія комплексы, гістарычныя вытворчыя тэрыторыі (індустрыяльная спадчына), месцы бітваў, археалагічныя тэрыторыі, гістарычныя шляхі і дарогі.

Гістарычны горад — паселішча, якое ўзнікла ў досыць аддалены перыяд часу і якое працягвае функцыянаваць, мае важную ролю ў гісторыі дадзенай краіны; з'яўляецца месцам высокай канцэнтрацыі матэрыяльных і духоўных сведчанняў свайго мінулага — самых розных па характары, але ўзаемазвязаных адзін з адным нерухомах элементаў культурнай спадчыны, характэрных рыс гісторыі, якая склала гарадское асяроддзе, традыцыйнага ладу жыцця насельніцтва, што ў сукупнасці ўяўляюць сабой адзіны тэрытарыяльны комплекс культурнай і прыроднай спадчыны [4, с. 45].

У Заходняй Еўропе ў кантэксте існуючай праблемы аховы гістарычнага горада ўжо некалькі дзесяцігоддзяў таму ўвайшло ў абарот паняцце «урбаністычная спадчына» (уведзенае ў міжваенны час Г. Джованоні), якое мае на ўвазе пад сабой устойлівае развіццё гарадскога гістарычнага раёна праз актыўную інтэграцыю мясцовых супольнасцяў [6, с. 136].

Урбаністычныя спадчына (Urban Heritage) уключае ў сябе тры асноўныя катэгорыі: 1) манументальная спадчына выключнай культурнай каштоўнасці; 2) спадчына, якая не валодае выключнай каштоўнасцю; 3) новыя гарадскія элементы, якія падлягаюць разгляду: адкрытая грамадская прастора, гарадская інфраструктура, матэрыяльныя сеткі і абсталяванне.

На думку Г. Джованоні, «гістарычны горад» — гэта не проста помнік, але і «жывая тканіна». На аснове гэтага ён распрацоўвае ўласную дактрыну аховы ўрбаністычнай спадчыны, у якую ўключаны тры прынцыпы: 1) любы стары ўрбаністычны аб'ект павінен быць інтэграваны ў мясцовы, рэгіянальны або тэрытарыяльны план кіравання горадам; 2) гістарычны помнік успрымаецца толькі разам з кантэкстам усяго наваколля, гэтыя сувязі! вельмі важныя, а парушэнне іх згубна; 3) работы па ахове ўрбаністычнай спадчыны павінны імкнуцца да захавання або ўзнаўлення арганічных сувязяў паміж будынкамі, іх маштабу і марфалогіі [1].

Неабходна адзначыць, што захаванне і творчае выкарыстанне культурнай спадчыны, а таксама эфектыўнае сацыякультурнае праектаванне — механізмы, з дапамогай якіх пры падрыхтаванай канцэптуальнай і метадычнай базе магчыма развіццё любой тэрыторыі. З нядаўніх часоў такой практыцы надаецца асаблівая ўвага ў многіх раёнах Беларусі. Захаванне, актыўная інтэрпрэтацыя і крэатыўнае выкарыстанне культурнай спадчыны павінны спрыяць развіццю асяроддзя культурнай разнастайнасці і талерантнасці, падтрыманню спадчыны розных лакальных культур, якія суіснуюць на адной тэрыторыі. Менавіта разнастайнасць, гетэрагеннасць культурнай прасторы з'яўляюцца добрай асновай для развіцця ўсіх сфер грамадскага жыцця.

Як паказвае вопыт, культура можа выступаць не толькі рэсурсам сацыяльнага развіцця, фактарам развіцця сферы адукацыі, але і фактарам прыцягнення інвестыцый, стварэння новых працоўных месцаў умацавання старых і ўзнікнення новых палітычных, эканамічных сувязяў як паміж асобнымі рэгіёнамі ўнутры краіны, так і паміж дзяржавамі.

На сённяшні дзень у Рэспубліцы Беларусь выпрацаваны цэлы комплекс тэхналогій, механізмаў і практык, якія дазваляюць выкарыстоўваць культурную спадчыну як фактар развіцця малых гарадоў як рэсурс. Гэта перш за ўсё культурны турызм, які можа выступаць і выступае ў якасці важнага элемента сацыяльнай, эканамічнай, адукацыйнай сфер на рэгіянальным узроўні.

Важным фактарам развіцця малых гістарычных гарадоў з'яўляецца таксама фестывальная дзейнасць, правядзенне рознага роду конкурсаў канферэнцый, выстаў кірмашоў. Акрамя таго, вялікае значэнне набывае тэхналогія праектавання і фандрайзінг у сферы культуры.

Культурныя рэсурсы маюць на ўвазе пад сабой таксама рэсурсы творчыя. Вялікую ролю ў прасоўванні тэрыторыі выконвае асвятленне культурных падзей у медыйнай прасторы. Несумненна, адным з найболей інтэнсіўных спосабаў распаўсюджвання інфармацыі з'яўляюцца інфармацыйна-рэкламныя матэрыялы з апісаннем культурных рэсурсаў гістарычнага горада, а таксама ўдзел прадпрыемстваў турысцкай індустрыі ў вядучых міжнародных выставах і кірмашах у Беларусі і за мяжой.

Асновай для фарміравання ладу тэрыторыі можа выступіць яе індывідуальнасць, «непадабенства». Гэта, па-першае, яе афі-

цыйныя, «апазнавальныя» характарыстыкі, своеасаблівы «пашпарт» тэрыторыі (месца на карце, краінавая прыналежнасць, назва, герб, сцяг]. Па-другое, тэрытарыяльная індывідуальнасць уключае ў сябе сукупнасць асаблівасцяў і рэсурсаў. Гэта прыродныя, дэмаграфічныя, гістарычныя, сацыяльныя і культурныя асаблівасці і рэсурсы; эканамічныя асаблівасці і рэсурсы; арганізацыйна-прававыя, а таксама інфармацыйныя асаблівасці і рэсурсы. Па-трэцяе, вылучаюцца тэхналогіі і падыходы да працы, давер паміж партнёрамі і экспертная інфармацыя, узровень і якасць кіраўніцтва, асаблівасці зносін і многае іншае. На базе тэрытарыяльнай індывідуальнасці фармуецца імідж. Яго прасоўванне варты рэалізаваць з выкарыстаннем інструментаў тэрытарыяльнага маркетынгу [2].

Максімальную карысць для тэрыторыі культура можа забяспечыць у самых разнастайных праявах: як форма арганізацыі якаснага вольнага часу; як сістэма інфармацыйнага і адукацыйнага напаўнення; як база для развіцця этнічнага, культурнага, рэлігійнага, падзейнага турызму; як аснова для захавання і развіцця нацыянальных культур, мовы, традыцый і промыслаў. Аднак пры ўкараненні тэхналогій і механізмаў якія былі задзейнічаны ў прыцягненні культуры ў якасці рэсурсу развіцця тэрыторыі, неабходна разумець, што гаворка перш за ўсё ідзе аб капіталізацыі культуры, а не аб яе камерцыялізацыі. Выкарыстоўваючы культурныя рэсурсы, нельга забывацца на тое, што галоўнай задачай усё ж такі з'яўляюцца захаванне, развіццё і актуалізацыя культурнай спадчыны, а не бяздумнае выкарыстанне культурнай спадчыны дзеля атрымання карысці.

Літаратура

1. Choay, F. *L'urbanisme face aux villes anciennes* / F. Choay, G. Giovannoni. - Paris: editions du Seuil, coll. «Points essais», 1998. - 144 p.
2. Важенина, И. С. Теоретико-методологические основы определения сущности репутации территории / И. С. Важенина. - Екатеринбург: Институт экономики Уральского отделения РАН, 2006. - 108 с.
3. Веденин, Ю. А. Новые походы к сохранению и использованию культурного и природного наследия в России / Ю. А. Веденин, П. М. Шульгин // Известия Академии наук. Серия географическая. - М., 1992. - № 3. - С. 90-99.

4. Исторические города и села в процессе урбанизации (по материалам международного совещания] // Материалы ICOMOS. Научно-информационный сборник. - М. 1996. - Вып. 2. - 64 с.
5. Лихачёв, Д. С. Экология культуры / Д. С. Лихачев // Памятники Отечества: Альманах Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры. - М., 1980. - № 2. - С. 10-16.
6. Чапайтене, Р. Культурное наследие в глобальном мире / Р. Чапайтене. - Вильнюс: ЕГУ 2010. - 296 с.

**ФРЕЙМ-АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ЭКОНОМИКА»
В СОВРЕМЕННЫХ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ
И ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ**

А. А. Касперук

Белорусский государственный университет,
факультет социокультурных коммуникаций,
ул. Курчатова, 5, 220108, Минск, Республика Беларусь
e-mail: bekon@tut.by

В статье рассматривается понятие «экономика» и проводится его фрейм-анализ в деятельности предприятий свободной экономической зоны «Брест». Описываются основные составляющие фрейма «экономика». Делается вывод об инвариантности профессиональных доминант, необходимости совершенствования языка общения бизнес-сообщества в ходе производственной деятельности.

Ключевые слова: бизнес среда, теория фреймов, профессиональная доминанта, структура фрейма.

**FRAME ANALYSIS OF THE CONCEPT OF ECONOMICS
IN MODERN BUSINESS COMMUNICATIONS
AND BUSINESS DISCOURSE**

A. A. Kasperuk

Belarusian State University,
Sociocultural Communications Department,
Kurchatov Str. 5, 220108, Minsk, Republic of Belarus
e-mail: bekon@tut.by

The concept of «economy» is reviewed and its frame analysis is carried out of activity of enterprises of the free economic zone «Brest». The main components of the «economy» frame are described. Conclusion about invariance of professional dominants, the need to improve