

**Список использованных источников**

1. Гигин, В. Ф. Куда идешь, молодежь? / В. Ф. Гигин // Беларуская думка. – 2009. – С. 64–71.
2. Калачёва, И. И. Тенденции развития и современные проблемы образовательных систем / И. И. Калачёва // Психология высшей школы в Союзном государстве: учеб.-метод. пособие для вузов / М. И. Дьяченко [и др.]; под ред. С. А. Кандыбовича, Т. В. Разиной. – 6-е изд., перераб. и доп. – Минск: Харвест, 2019. – С.105–110.
3. Конституция Республики Беларусь. – Минск, 1994.
4. Лукашенко, А. Г. Выступление 9 мая 2012 года / А. Г. Лукашенко.
5. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: Русский язык, 1990. – 921 с.
6. Посталовский, А. В. «Клиповое сознание» как форма восприятия массовой информации в молодежной среде / А. В. Посталовский // Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. Вып. 6. Историческая память и преемственность. Диалог поколений / под науч. ред. И. И. Калачёвой. – Минск: РИВШ, 2018 – С. 38–44.
7. Слука, О. Г. Великая Победа – монумент времен, не поддающийся коррозии // Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. Вып. 6: Историческая память и преемственность. Диалог поколений / под науч. ред. И. И. Калачёвой. – Минск: РИВШ, 2018. – С. 14–18.

*Дата подачи: 23.03.2020.*

УДК 338.486:316.733

## Сучасныя тэхналогіі папулярызацыі гісторыка-культурнай спадчыны ў моладзевым асяроддзі

## Modern technologies of popularization of historical and cultural heritage among young people



**У. А. Ганскі**, кандыдат эканамічных навук,  
Інстытут прадпрымальніцкай дзейнасці

**U.A. Ganski**, Ph.D. in Economics  
Institute of Entrepreneurial Activity

У артыкуле апісваюцца асноўныя інструменты, метады і тэхналогіі выкарыстання гісторыка-культурнай спадчыны ў развіцці моладзевага турызму, адукацыі і прамоцыі мясцовасці: квэсцінг, гульні на мясцовасці, геакэшынг, сучасныя тэхналогіі, гістарычныя рэканструкцыі і інш. Прыводзіцца прыкладны пералік арганізацый і інстытуцый, якія могуць прыцягвацца ў якасці партнёраў у працэсы распаўсюджвання ведаў аб спадчыне сярод моладзі і актывізацыі намаганняў у гэтай сферы.

Ключавыя словы: гісторыка-культурная спадчына; упраўленне культурай; моладзь; папулярызацыя спадчыны; культурны турызм; гістарычныя рэканструкцыі.

The article describes the main tools, methods and technologies for using historical and cultural heritage in the development of youth tourism, education and promotion of the area: questing, games on the ground, geocaching, modern technologies, historical reconstruction, etc. An approximate list of organizations and institutions that can be involved as partners in the process of spreading knowledge about the historical and cultural heritage among young people and enhancing efforts in this area is provided.

Keywords: historical and cultural heritage; cultural management; cultural tourism; heritage promotion; historical reconstruction.

Каб гісторыка-культурная спадчына магла стаць фактарам сацыяльна-эканамічнага развіцця, яна павінна быць пазнана маладым пакаленнем, якое павінна ўсведамляць яе значэнне, а таксама ідэнтыфікавацца з ёю. Толькі спадчына, уключаная ў калектыўную памяць моладзі, прыняцце яе як чагосьці каштоўнага і важнага для іх можа фармаваць нацыянальную ідэнтычнасць, пачуццё адзінства і гонару за сваю краіну, натхняць маладых людзей на сумесныя дзеянні – адным словам, ствараць сацыяльны капітал.

Асноўнай умовай станоўчага ўплыву гісторыка-культурнай спадчыны на сацыяльна-эканамічнае развіццё і магчымасці выкарыстання яе вартасцяў мясцоваю супольнасцю з'яўляецца распаўсюджванне ведаў аб гісторыі і традыцыях рэгіёну, асабліва сярод маладога пакалення. Асвета не можа, аднак, спадзявацца толькі на сухую перадачу ім гістарычных фактаў або інфармацыі аб мастацкіх вартасцях асобных аб'ектаў спадчыны. Важна, каб асветніцкія мерапрыемствы ў маладзёжным асяроддзі мелі як інтэлектуальны аспект, так і эмацыйны. Усведамленне юнакамі з дапамогай асветы таго факту, што мясцовая гісторыка-культурная спадчына адносіцца ў той ці іншай форме і да іх асабістай (сямейнай) гісторыі і вопыту, несумненна важна для стварэння і ўмацавання эмацыйнай сувязі паміж імі і аб'ектамі спадчыны [1, с. 182–186].

Вынікам добрай адукацыйнай і асветніцкай дзейнасці з'яўляецца прадастаўленне маладым людзям дакладнай інфармацыі і фарміраванне станоўчых эмоцый, дзякуючы якім яны захочуць удзельнічаць у дзейнасці на карысць спадчыны і выкарыстоўваць яе значэнні. Дасягненне такой мэты магчыма праз: адказную падрыхтоўку адукацыйнай дзейнасці, каб яе змест быў сумленным і справядлівым, зразумелым для моладзі і апелываў да яе пачуццяў; адсылкі да асабістага вопыту яе адрасатаў; вядомыя гісторыі і традыцыі, а затым паказ іх у больш шырокім кантэксце; выбар такіх формаў адукацыйнай дзейнасці, якія б прадугледжвалі анімацыйнасць дзеянняў і актыўны ўдзел адрасатаў адукацыйнага працэсу; дыялог з моладдзю аб мясцовай спадчыне, яе элементах, каштоўнасцях, значэннях, захаванасці і магчымасцях выкарыстання.

Сучасныя тэндэнцыі ў галіне турызму паказваюць узростаючую ролю пазнавальнага, культурнага і адукацыйнага турызму, асновай якога з'яўляецца цікавае і нестандартнае прадстаўленне спецыфікі мясцовай гісторыка-культурнай спадчыны, не толькі з дапамогай традыцыйных метадаў наведвання той ці іншай мясцовасці, а таксама самастойнага вывучэння, пазнання [2, с. 11–14]. Таму варта шукаць новыя метады прэзентацыі спадчыны, стварэння турыстычнай прывабнасці і прадуктаў для моладзі.

Турыстычныя, адукацыйныя і рэкламныя функцыі часта ўзаемазвязаны, прадстаўлення ніжэй метады і падыходы могуць спалучаць у сабе ўсе гэтыя аспекты: прадстаўляць сабой выдатную адукацыйную прапанову і прыцягваць дапытлівых маладых турыстаў, арыентаваных на вывучэнне каштоўнасцей і гісторыі Беларусі. Прапанаваныя рашэнні могуць таксама ўяўляць сабой важны элемент прамоцыі адміністрацыйна-тэрытарыяльнай адзінкі і яе спадчыны ў выглядзе гатовых, лёгка даступных рынковых прапаноў, якія змяшчаюць заклікі для наведвання і агляду славутасцяў маладымі людзьмі.

У працэсе забеспячэння доступу да спадчыны для маладых турыстаў варта выкарыстоўваць асновы і прынцыпы інтэрпрэтацыі спадчыны, якія служаць для яе надзейнай, але ў той жа час цікавай для наведвальнікаў прэзентацыі. Мэта інтэрпрэтацыі – не адукацыя ў чыстым выглядзе, а змяненне адносінаў і паводзінаў, натхненне і матываванне [3, с. 25–39]. Задачай правільнай інтэрпрэтацыі з'яўляецца вылучэнне элементаў спадчыны з сферы ананімнасці, наданне ім пэўнага характару. Адапаведная інтэрпрэтацыя грунтуецца на шасці прынцыпах:

1. Правакацыйнасць. Інфармацыя павінна вылучацца, стымуляваць цікавасць маладых людзей, матываваць да актыўнасці і фарміравання ўласнага меркавання.

2. Навізна. Юныя спажывецы павінны даведацца аб новых фактах, якія абуджаюць іх цікавасць, нават здзіўляюць іх.

3. Вопыт. Інфармацыя становіцца больш зразумелай для моладзі і застаецца ў іх памяці надоўга.

4. Творчасць. Павінна дазваляць маладым людзям адкрываць спадчыну ўсімі сваімі пачуццямі, стымуляваць мысленне і рэфлексію.

5. Дакладнасць. Павінна прадстаўляць цікавыя, але рэальныя факты, стымуляваць моладзь для далейшых даследаванняў і пошукаў.

6. Адаптаванасць. Павінна ўлічваць патрэбы і магчымасці адрасатаў, якія вынікаюць з іх маладога ўзросту.

Пры ажыццяўленні або падтрымцы адукацыйных і рэкламных мерапрыемстваў, прадметам якіх з'яўляецца спадчына, варта абавязкова памятаць пры іх арганізацыі аб этычным і адказным падыходзе. Галоўнай мэтай адукацыйнай дзейнасці павінна быць карысць і развіццё яе адрасата, а не прадастаўленне пераваг арганізатарам або спонсарам такіх дзеянняў. Працэс перадачы інфармацыі ў выніку прымаемых мер павінен адназначна і дакладна аддзяляць дакладныя веды аб гісторыі ад гіпотэз, яе інтэрпрэтацый і рэканструкцый. Звяртаючыся да «цяжкай» для мясцовай грамады гісторыі, варта праяўляць вялікую далікатнасць і пазбягаць адназначных ацэнак. Лепш засяродзіцца на гістарычных фактах, чым іх інтэрпрэтацыі. Ні ў якім разе нельга прымаць меры, якія будуць дэзінфармаваць і трансляваць ілжывы, скажоны вобраз мінулага. У адукацыйную і рэкламную дзейнасць па меры магчымасці варта залучаць саміх маладых людзей, пажадана мясцовых жыхароў.

Асноўнымі інструментамі і метадамі выкарыстання гісторыка-культурнай спадчыны ў развіцці моладзевага турызму, адукацыі і прамоцыі мясцовасці могуць быць наступныя:

а) *Квэстынг*. Гэта досыць інавацыйны метада пазнання гісторыка-культурнай спадчыны пэўнай тэрыторыі. Найважнейшымі элементамі квэста з'яўляюцца ўласна апавяданне і даследаванне месца. Ключавую ролю ў яго працэсе маюць рашэнне галаваломак і задач, якія патрабуюць ад гульца разумовых высілкаў. Кожны квэст мае сваю кропку старту, а далейшыя кропкі на трасе ўдзельнік вызначае дзякуючы рашэнню галаваломак і знаходжанню на мясцовасці кропкі, прыдатнай для гэтага вырашэння. У канцы шляху знаходзіцца «скарб» – артэфакт, які пацвярджае пераадоленне ўсяго маршруту. Квэст – гэта апавяданне аб месцы і людзях, якое удзельнікі самі адкрываюць і даведаюцца, кіруючыся загадка атрыманым пералікам пытанняў. Асноўная ідэя

стварэння квэстаў у кантэксце кіравання спадчынай заключаецца ў прыцягненні ўвагі да гісторыі і ўнікальных аб'ектаў, звязаных з гісторыка-культурнай спадчынай. Тут важна адкрыццё незвычайнага характару пэўнага месца з дапамогай звароту ўвагі да, здавалася б, зусім звычайных, штодня сустракаемых месц і аб'ектаў, і распазнанне ў іх унікальнасці, каштоўнасці і прывабнасці. Стварэнне квэста – гэта таксама спосаб планавання вывучэння месца і распаўсюджвання ведаў пра яго, спосаб прыцягнення ўвагі мясцовых жыхароў і турыстаў да таго, што каштоўна і прыгожа, але часцяком ўтоена або незаўважна ў штодзённай мітусні.

Квэсты – гэта мастацтва пошуку ўнікальнасці ў, здавалася б, звычайных рэчах. Гатовыя квэсты могуць быць прывабнай формай наведвання цікавых месцаў і стаць выдатным дадаткам да традыцыйных пешых турыстычных маршрутаў, у першую чаргу тых, якія накіраваны на прэзентацыю гісторыка-культурнай і прыроднай спадчыны. Квэсты можна ствараць у тым ліку і з дапамогай электронных дадаткаў, прызначаных для мабільных прылад. Загадкі ў падобных квэстах могуць мець дастаткова разнастайны характар, могуць уключаць, напрыклад, аўдыё- і відэафайлы, патрабаваць рашэння галаваломкі або ўтрымліваць малюнак прасторы ў выглядзе дапоўненай рэальнасці, паказваючы, напрыклад, як гэта месца выглядала ў мінулым.

б) *Гульні на мясцовасці*. Інавацыйным і прывабным метадам прэзентацыі гісторыка-культурнай спадчыны сярод моладзі з'яўляецца распрацоўка і арганізацыя гульні на мясцовасці, заснаванай на сцэнарыі, які выкарыстоўвае мясцовую гісторыю, легенды і традыцыі. Гульня на мясцовасці – гэта тып каманднай або індывідуальнай гульні, якая ажыццяўляецца на пэўнай тэрыторыі і па пэўных правілах. Вытокі гульні на мясцовасці можна прасачыць у скаўцкіх ці піянерскіх забаўках і гульнях. Гульні могуць грунтавацца на разнастайных навыках, напрыклад, арыентацыі на мясцовасці або чытанні карт, на ўвядзенні ў іх заданнях і ролях. Адною з формаў найбольш папулярнай у краінах Еўропы і Амерыкі сюжэтай гульні з'яўляецца LARP (англ. live action role-playing) – спалучэнне гульні на мясцовасці з ролевай гульні.

Гэта дзейнасць на мяжы гульні і мастацтва, падчас якой удзельнікі разам ствараюць і перажываюць гісторыю, разыгрываючы адведзеныя ім ролі – і такім чынам яны лепш вывучаюць мясцовую гісторыю і культуру. Асаблівай формай гульні на мясцовасці з'яўляецца гарадское арыентаванне, якое ўяўляе сабой пошук і дасягненне за самы кароткі час зададзеных арганізатарамі кантрольных кропак у горадзе. У адрозненне ад класічнага спартыўнага, гарадское арыентаванне мае некалькі спосабаў задання кантрольных пунктаў. Гэта могуць быць адрасы, мясцовыя назвы ці арыенціры, уласцівыя гарадскому ландшафту, умоўныя схемы і фатаграфіі, камбінаваныя апісанні і гарадскія загадкі. Іншыя правілы ўжо агаворваюцца ў залежнасці ад самога спаборніцтва. Ідэя гарадскога арыентавання – прадастаўленне ўдзельнікам забавы і жывых зносін з гісторыяй і культурай пэўнага горада ці яго часткі. Ролевая гульня (англ. role-playing game) уяўляе сабой ролеваю камандную сюжэтную гульню, заснаваную на апавяданні, у якой удзельнікі паўстаюць у ролі выдуманых або гістарычных персанажаў [4, с. 176].

Увесь гульнявы працэс разгортваецца ў свеце, які існуе толькі ва ўяўленні ігракоў, часам пад уплывам пэўных гістарычных рэалій абранай эпохі. Сцэнар можа быць заснаваны на рэальных гістарычных падзеях, важных для дадзенага месца. Пры стварэнні сцэнара гульні можна абапірацца на падзеі з мясцовай гісторыі, ён можа ўключаць у сябе нейкі абрад і інш. Месцам гульні могуць выступаць розныя гістарычна значныя або вартыя наведвання месцы. Падрабязныя метадыкі праектавання гульняў на мясцовасці знаходзяцца ў адкрытым доступе ў інтэрнэце.

Гарадскія гульні сталі натхненнем для стварэння падобных гульняў і ў сельскай мясцовасці – яны выкарыстоўваюць рэсурсы прыроднай і гісторыка-культурнай спадчыны, заснаваныя на мясцовых гісторыях і цікавых падзеях, легендах і людзях, звязаных з канкрэтным месцам. Гульні на мясцовасці павінны стварацца энтузіястамі, якія не толькі маюць веды аб мясцовай гісторыі, легендах і гістарычных асобах, звязаных з канкрэтным горадам або рэгіёнам, але таксама і патэнцыял для падрыхтоўкі і правядзення такіх гульняў. Мясцовыя ўлады могуць падтрымаць дзеянні падобнага ха-

рактару з дапамогай прадастаўлення доступу або дапамогі ў атрыманні ўдзельнікамі доступу да аб'ектаў, можа рэкламаваць мерапрыемствы такога тыпу або прыцягваць падначаленыя ўстановы культуры да арганізацыі гэтага віду культурна-дасутавай дзейнасці. Арганізуючы любыя мерапрыемствы на мясцовасці, варта памятаць, што не павінна быць форм актыўнасці, якія могуць аказаць негатыўнае ўздзеянне на аб'екты спадчыны, гістарычны ландшафт і мясцовых жыхароў.

в) *Геакэшынг*. Гэта набіраючая папулярнасць гульня ў рэальным свеце, дзе галоўная задача заключаецца ў пошуку «скарбаў» з дапамогай GPS-навігатора. Удзельнік гульні адпраўляецца па ўказаных GPS-каардынатах і спрабуе знайсці схованку (кантэйнер), схаваны ў гэтым месцы. Пошук схованак можа служыць таксама пазнанню новых месцаў, іх прыроды і гісторыі. Добрай ідэяй з'яўляецца стварэнне геаграфічных маршрутаў геакэшынгу, якія выкарыстоўваюць прыродныя, культурныя і гістарычныя рэсурсы горада, рэгіёну або ўсёй краіны, тэматычных маршрутаў геакэшынгу, на якіх можна наведваць асобныя катэгорыі аб'ектаў. Іншай магчымасцю выкарыстання геакэшынгу з'яўляецца павышэнне прывабнасці існуючых тэматычных турыстычных маршрутаў шляхам дадання новай формы актыўнасці.

г) *Сучасныя тэхналогіі*. Эфектыўны тэрытарыяльны маркетынг грунтуецца на ўнікальных асаблівасцях рэгіёну і іх дэманстрацыі. Яркасць турыстычнага прадукту, а таксама няўласнасць маркетынговых інструментаў з'яўляецца ключом да поспеху ў працы з моладдзю [5, с. 43–52]. У цяперашні час суб'екты рынку турыстычных паслуг усё часцей звяртаюцца да сучасных форм прасоўвання, такім як інтэрнэт або мабільныя дадаткі. Яны выкарыстоўваюць тэхналогіі геалакацыі GPS, розныя формы візуалізацыі прасторы, напрыклад, шляхам мадэлявання ў фармаце 3D, віртуальныя прагулкі і г. д. Акрамя графічна-візуальнага рашэння маркетынговых матэрыялаў і рэкламных носбітаў павінны быць узаемаінтэграваныя, каб турыст меў магчымасць выкарыстоўваць зручныя для яго формы атрымання кантэнту ці ж некалькі формаў і інструментаў адначасова.

І. Вэб-сайт. Большасць устаноў і арганізацый сферы гісторыка-культурнай спад-

чыны, у тым ліку органы дзяржаўнага кіравання, маюць уласныя сайты, задачай якіх з'яўляецца прадастаўленне карыснай інфармацыі мясцовым жыхарам, а таксама інвестарам і турыстам. Гэтыя сайты часта ўтрымліваюць інфармацыю аб рэсурсах мясцовай прыроднай і гісторыка-культурнай спадчыны, спрабуюць ажыццяўляць прэзентацыю лакальнай турыстычнай прапановы і паслуг, даступных на мясцовым рынку. Аднак турысты, як правіла, не шукаюць прапановы на сайтах дзяржаўных органаў, яны шукаюць спецыялізаваныя сайты і парталы, прысвечаныя турызму, дзе размешчаны матэрыялы, падрыхтаваныя спецыяльна для іх і не абмежаваныя як правіла геаграфічнымі рамкамі адной адміністрацыйна-тэрытарыяльнай адзінкі. Варта памятаць, што як пры распрацоўцы, так і пры прасоўванні турыстычных прадуктаў трэба супрацоўнічаць у рамках адносна вялікіх тэрыторый, ствараючы цікавую, больш разнастайную прапанову для правядзення вольнага часу, якая прадугледжвае больш доўгае знаходжанне, а таксама ствараць вэб-сайты, якія тычацца сумесных турыстычных прапанов.

II. Мабільныя дадаткі. Калі вэб-сайты з'яўляюцца самым распаўсюджаным і ў прыцыпе асноўным інструментам камунікацыі з патэнцыйным адрасатам – турыстам або мясцовым аматарам гісторыка-культурнай спадчыны, то мабільныя дадаткі з'яўляюцца адносна новым, але вельмі дынамічным інструментам, усё больш і больш папулярным, асабліва ў якасці інструмента прамоцыі і маркетынгу ў сферы турызму. Дадаткі могуць выконваць самыя розныя функцыі і мець розную форму. Найбольш распаўсюджанымі з'яўляюцца мабільныя гіды і мабільныя гульні, якія папулярныя і традыцыйныя спосабы вывучэння свету [6, с. 172–173]. Яны могуць выкарыстоўваць перадавыя тэхналогіі, якія дазваляюць цікавым спосабам не толькі паказаць сапраўднае становішча рэчаў, але і паглядзець, як гэта месца або аб'ект выглядаў у мінулым у розныя эпохі, падаўшы інфармацыю ў прывабнай і даступнай форме.

Сярод усёй сукупнасці магчымасцей, якія прадастаўляюць мабільныя дадаткі ў рамках пашырэння інфармацыі аб аб'ектах гісторыка-культурнай спадчыны, можна вылучыць наступныя функцыянальныя групы:

- мабільны турыстычны даведнік мае на мэце прэзентацыю аб'ектаў і маршрутаў на карце рэгіёну разам з іх лакалізацыяй, уключаючы каардынаты GPS. Карыстальнік ведае, дзе знаходзіцца ў дадзены момант і якія аб'екты або маршруты знаходзяцца ў непасрэднай блізкасці ад яго. З дапамогай карты ці спісу можна трапіць на візітныя карткі аб'ектаў і маршрутаў, прачытаць апісанне, убачыць фатаграфіі або выкарыстоўваць іншыя мультымедыя, знайсці бліжэйшы рэстаран, гатэль або банкамат – г. зн. даведнік служыць для комплекснага планавання знаходжання;

- у рамках мабільных дадаткаў можна выкарыстоўваць сістэму дапоўненай рэальнасці, напрыклад, скіраванне камеры на пэўны будынак з пэўнага месца дазваляе праглядзець яго гістарычныя фатаграфіі. Гэтая сістэма ператварае смартфон або планшэт у свайго роду «машыну часу» і дазваляе ўбачыць вакол сябе мінулую рэальнасць;

- яшчэ адной магчымасцю з'яўляецца прэзентацыя некаторых гістарычных аб'ектаў у выглядзе 3D-мадэляў (у тым ліку і з выкарыстаннем дапоўненай рэальнасці). Гледзячы праз камеру тэлефона на значок, размешчаны, напрыклад, на інфармацыйным стэндзе або ў рэкламных матэрыялах, можна ўбачыць візуалізацыю гістарычнага аб'екта. Размясціўшы шэраг такіх значкоў на інфармацыйных стэндах, можна стварыць цэлы віртуальны парк мініячур;

- прадастаўленне інфармацыі аб аб'ектах і турыстычных славутасцях у фармаце мабільнага аўдыягіда значна спрашчае атрыманне інфармацыі турыстамі, асабліва ў месцах іх вялікай колькасці або пры самастойным аглядзе. Гэты метада будзе таксама вельмі карысны ў рамках стварэння інклюзіўнага турыстычнага асяроддзя, якое ўлічвае патрэбы людзей з абмежаванымі магчымасцямі (у першую чаргу людзей са слабым зрокам або яго адсутнасцю).

д) *Гістарычныя рэканструкцыі*. Гэта дзеянні, падчас якіх удзельнікі прайграваюць у касцюмах і з дапамогай артэфактаў (сучасных або аўтэнтчных) канкрэтныя падзеі з мінулага (часцей за ўсё ваенныя баталіі і рыцарскія баі) або розныя аспекты жыцця ў абраным гістарычным перыядзе. Яны ўсё часцей выкарыстоўваюцца для павышэння атрактыўнасці мясцовых мерапрыемстваў, хоць таксама становяцца

славутасцямі самі па сабе. Рэканструкцыі могуць прайграваць падзею ў тым месцы, дзе яна адбывалася, або калі ў месцы не адбывалася важнай гістарычнай падзеі, можна прайграваць лад жыцця эпохі, які для гэтай мясцовасці меў вялікае значэнне, што таксама забяспечвае сувязь рэканструкцыі з месцам.

У працэсе распаўсюджвання сярод моладзі ведаў аб гісторыка-культурнай спадчыне і актывізацыі намаганняў у гэтай сферы варта пашукаць партнёраў сярод такіх інстытутыў, як:

- таварыствы аховы помнікаў гісторыі і культуры;
- профільныя навуковыя цэнтры і інстытуты;
- навучальныя ўстановы ўсіх узроўняў;
- музейныя ўстановы;
- установы культуры;
- офісы і цэнтры турыстычнай інфармацыі;
- грамадскія арганізацыі, якія займаюцца гісторыка-культурнай спадчынай;
- агульнаацэбна-адукацыйныя грамадскія арганізацыі, якія спецыялізуюцца на падтрымцы адукацыі і развіцця, фарміравання сістэм абмену ведамі, інфармацыяй і вопытам;
- мясцовыя лідары і дзеячы культуры;
- мясцовая грамада;

- лакальныя сродкі масавай інфармацыі і г. д.

Такім чынам, дзеянні па распаўсюджванню ведаў аб спадчыне і прасоўванні яе вартасцяў у маладзёжным асяроддзі, накіраваныя на мясцовых маладых жыхароў і прыезджых юных турыстаў, абумоўліваюць выкарыстанне патэнцыялу спадчыны для сацыяльна-эканамічнага развіцця і спрыяюць яму.

Адукацыйная дзейнасць павінна распаўсюджваць дакладныя веды аб мясцовай спадчыне і стымуляваць у моладзі эмоцыі і станоўчыя асацыяцыі, у прыватнасці, дзякуючы выкарыстанню метадаў, якія заахвочваюць іх да прамога дзеяння.

Выкарыстоўваючы адукацыйную дзейнасць як дадатак, які ўзбагачае турыстычную прапанову рэгіёна, варта ўлічваць розніцу ў іх формах і тэматычны дыяпазон так, каб яны стваралі багатую і разнастайную прапанову, арыентаваную на вельмі разнастайную маладую аўдыторыю.

Арганізацыяй вучэбна-асветніцкай дзейнасці могуць займацца камунальныя ўстановы, а роля мясцовага выканаўчага органа пры гэтым – гэта падтрымка і арганізацыя людзей, якія хочуць і могуць добра арганізоўваць мерапрыемствы, якія развіваюць і прасоўваюць мясцовую гісторыка-культурную спадчыну і яе элементы.

#### **Спіс выкарыстаных крыніц**

1. Ashworth, G. J. Personality associations as an instrument of place branding: possibilities and pitfalls. Towards Effective Place Branding, ed. M. Kavaratzis. – Northampton: Edward Elgar Publishing, 2010. – 386 p.
2. Sustainable Tourism Management at World Heritage Sites. Enhancing Inter-agency and Stakeholder Coordination for Joint Action. – Madrid: World Tourism Organization, 2009. – 162 p.
3. Petr, C. Tourist apprehension of heritage: a semiotic approach to behaviour patterns / C. Petr // International Journal of Arts Management. – 2002. – No 4. – P. 25–39.
4. Rizzo, I. Handbook on the Economics of Cultural Heritage / I. Rizzo, A. Mingosa. – Northampton: Edward Elgar Publishing Inc., 2013. – 640 p.
5. Ganski, U. The features of marketing of historical and cultural heritage locations and tourist destinations / U. Ganski // International economic relations and prospects for national development: contemporary challenges and solutions: monograph / under the editorship of M. I. Fleychuk [et al.]. – Daugavpils: Daugava Print, 2018. – 364 p.
6. Peacock, A. The Heritage Game: Economics, Policy and Practice / A. Peacock, I. Rizzo. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – 362 p.

*Дата падачы: 11.01.2020.*