

ПРОДВИЖЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА ПОСРЕДСТВОМ ВИРТУАЛЬНОГО МУЗЕЯ БЕЛОРУССКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Е.В. Худницкая

**Институт туризма Белорусского государственного университета физической
культуры, г. Минск, Республика Беларусь**

alenka.h@mail.ru

В современном мире ведущую роль среди основных видов туризма занимает историко-культурный туризм, имеющий большое значение в социально-экономическом и культурном развитии [1]. Большинство исторических и архитектурных памятников, а также музеи и музейные комплексы, историко-культурные заповедники, объекты социокультурной инфраструктуры и т.д. могут представлять немалый интерес для туристов [2]. Однако принятие окончательного решения о совершении поездки во многом определяется физической и информационной доступностью, как отдельных объектов культурного туризма, так и стран в целом. На данный момент, определяющая, информационная доступность обеспечивается за счет презентации стран в международных СМИ, выставках, а также путем создания официальных авторитетных web-представительств.

Туристический потенциал Беларуси, а также отдельные объекты культурного туризма также представлены в глобальной сети рядом официальных сайтов (государственные, сайты учреждений культуры и др.) и персональных проектов. Анализ этих ресурсов показывает, что информация о культуре Беларуси носит в основном утрированный, отрывочный характер, рассредоточена по различным ресурсам, слабо связанным между собой. В том числе отделены описания основных туристических объектов и предложения туров (экскурсий) по этим объектам. Серьезным минусом существующих сайтов о культуре является отсутствие переводов на английский и другие иностранные языки.

В целях актуализации культурного наследия Беларуси, его представления в глобальном информационном пространстве, а также развития культурного туризма был разработан проект Виртуального музея белорусской национальной культуры. Потенциал виртуальных музеев с точки зрения развития культурного туризма определяется богатым набором средств показа объектов: контент может варьироваться от обычных текстов с иллюстрациями до интерактивных экскурсий. Такое разнообразие позволяет показать объекты наиболее ярко, образно, и оказывает большее эмоциональное влияние, нежели относительно скромный контент специализированных туристических ресурсов. Продвижение национального турпродукта в рамках Виртуального музея будет осуществляться в нескольких формах.

Во-первых, сами по себе экспозиции и выставки, которые составляют виртуальный музей – это форма яркого, глубокого, полноценного представления культурного наследия страны в целом, как направления для культурного туризма. Кроме того, в рамках выставок могут быть детально представлены отдельные объекты и достопримечательности, их специфика, особенности. Для презентации общих маршрутов, а также размещения полноценных предложений (туров, экскурсий, отдельных услуг), в структуре Виртуального музея предусмотрен раздел «Туризм», в котором может быть выделено 3 элемента: «Экскурсионные программы», «Маршруты» и «Туристический гид».

«Экскурсионные программы» будут включать: готовые туры, их краткое описание и указание турфирм, реализующих эти программы. Также возможно указание некоторых статистических показателей, например, отображение количества людей из пользователей виртуального музея, уже посетивших те или иные места и достопримечательности реально; специальные экскурсии – также готовые предложения, но предполагающие кроме всего прочего возможность организации тура для небольших групп, групп иностранцев и т. д. по предварительному согласованию; форма запроса на экскурсию. Форма не будет предполагать заказ той или иной экскурсии, ее цель – выявить, какие направления и объ-

екты интересны посетителям, экскурсий какой продолжительности не хватает и т.д. Составление такого запроса будет возможно только для зарегистрированных пользователей.

«Маршруты» – это собирательные образы экскурсионных туров по основным направлениям, ориентированные больше на самостоятельных туристов и содержащие также сведения о туристической инфраструктуре.

«Туристический гид» – режим работы с общей картой Беларуси (на которую будут нанесены объекты наследия и инфраструктуры с «привязанными» к ним статьями). Работать с указанными разделами можно будет как отдельно, так и через «плавающий» блок «Реальность» («Reality»), в состав которого войдут: карта (фрагмент карты со схемой расположения указанных на той или иной странице объектов); адреса объектов, справочная информация; туристические предложения (имеющие отношение к просматриваемой теме), представленные как в самом виртуальном музее, так и на сайтах партнеров; описание дополнительных услуг, связанных с указанными объектами (например, специальные события – праздники, фестивали и т.д.); ссылка на соответствующий раздел виртуального сувенирного магазина и др.

Важную роль в продвижении объектов культурного туризма также может сыграть комплекс временных выставок, в особенности, с точки зрения освещения актуальных событий, акцентирования внимания посетителей на планируемых мероприятиях, нововведениях, открытии новых маршрутов и т.д.

Литература

1. Боханов, В.В. Организационные и экономические аспекты развития историко-культурного туризма в регионе: (на примере Смоленской области): автореферат дис. на соискание уч. степ. кан-та экон. наук: 08.00.05 / В.В. Боханов. – М., 2007. – 26 с.

2. Квартальнов, В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.