

они используются для продвижения брендов различных компаний в информационном пространстве.

Перспективным представляется использование инструментов memejacking для повышения узнаваемости туристических дестинаций Беларуси. Мемы обладают рядом преимуществ, которые делают их идеальным рекламным средством: ненавязчивостью, легкостью загрузки, удобством распространения в любых социальных сервисах, они добровольно и бесплатно тиражируются самими пользователями. Люди много времени проводят в интернет-пространстве, откуда они получают большой поток информации, которая формирует у них представления и взгляды. Мемы, в свою очередь, отлично исполняют роль легко усваиваемой и запоминающейся вирусной информации.

Мем — это символ идеи, который понятен всем. Он должен отвечать на вопрос «Почему именно этот товар или услуга?». В противном случае целевая аудитория не заинтересуется. Поэтому, чтобы мем привлекал внимание туристов, необходимо заключить все достоинства туристического продукта либо дестинации в одном-единственном заголовке (символе, образе), который был бы оригинальным, показывал преимущества и уникальность Беларуси. Данный слоган мы могли бы разместить на фоне туристических объектов, достопримечательностей. Также memejacking можно использовать в качестве элемента брендинга республики (например, смешная картинка, в нашем случае это мог бы быть необычный персонаж из белорусских сказок, преданий, современности). Следовательно, для того чтобы туристический мем получил широкое распространение, нужно разработать идею, которая была бы понятна и вызывала желание посетить связанную с ним туристическую дестинацию. На следующем этапе готовые мемы необходимо распространить в социальных сетях, тематических сообществах, блогосфере и других и добавить плагины социальных сетей для того, чтобы оптимизировать мем для социального обмена и максимального распространения.

Таким образом, если разработать удачные туристические мемы и распространить их в интернете, то можно добиться увеличения узнаваемости и привлекательности Беларуси как туристической дестинации.

В.Г. Козлова
МГЛУ (Минск)

<http://edoc.bseu.by>

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

В мировой практике кластеры получили широкое распространение. Кластеры позволяют дать необходимый толчок для развития государств, а также становятся базой конкурентоспособности экономики. По мнению международных специалистов, кластеры охватывают гораздо

больше, чем традиционные цепи поставок или отрасли; они также включают в себя научные учреждения, осуществляющие обучение, научно-исследовательские и консультационные услуги. Существуют также государственные органы, влияющие на деятельность кластера и неправительственных организаций (например, отраслевых ассоциаций), предоставление важных услуг (например, лоббирование и создание сетей) [1].

Туристическая дестинация служит предпосылкой формирования туристического кластера в регионе, ведь они возникают в регионах с уникальными природными памятниками, а также памятниками культурного, исторического и архитектурного наследия. Кластеры же, в свою очередь, за счет синергетического эффекта взаимодействия являются инструментом продвижения и развития туристической дестинации.

Специфика белорусских туристических кластеров заключается в их агро-, эконправленности. Кластеры объединяют агроусадьбы, которые могут служить местом размещения туристов, музеи, производителей сельскохозяйственной продукции и т.д. Некоторые кластеры могут не сотрудничать напрямую с государственными учреждениями образования, как это происходит в мировой практике. В то же время среди участников кластера могут присутствовать фермерские хозяйства со специализированным обучением. Например, в кластере «Воложинские гостинцы» (Минская область) есть фермерское хозяйство «Медовая королева». На его базе действуют специализированные кружки по содержанию и разведению медоносных пчел. Кружки работают в Ракове и Минске. В 2015 и 2016 гг. проводился Республиканский конкурс юных пчеловодов.

На территории кластеров организуются различные фестивали, дома ремесленника, конные школы. Возможности экотуризма представлены разнообразными веломаршрутами, которые пролегают через живописные природные ландшафты и памятники историко-культурного наследия. Некоторые кластеры имеют и свою специфику деятельности. Например, «Край животворных криниц» (Могилевская область) специализируется на оздоровлении через родниковые воды, а «Воложинские гостинцы» (Минская область) организуют музыкальные фестивали (фестиваль этнической музыки, фестиваль православных песнопений, «Музычная майстерня»).

Таким образом, все указанные мероприятия способствуют не только развитию агроэкотуризма, но и продвижению туристической дестинации.

Литература

1. *Dexeus, C. R.* The ABC for creating successful tourism clusters [Electronic resource] / C. R. Dexeus // Seminar on developing successful tourism clusters. — Baku, 2014. — Mode of access: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/the_abc_for_creating_successful_tourism_clusters_carlos_romero_dexeus.pdf. — Date of access: 28.12.2016.