

«Популярно о музыке Беларуси», который призван восполнить это пробел.

Туристические компании будут использовать данное мультимедийное издание для привлечения туристов, а сами потенциальные туристы смогут выбирать маршруты и готовиться к экскурсиям.

Это издание состоит из справочного пособия, серии виртуальных экскурсий по белорусской музыкальной культуре и простой популярной игры-викторины.

Мультимедийное учебно-справочное пособие по музыкальной культуре раскрывает значение слов и словосочетаний, касающихся терминологии и понятийного аппарата его основных разделов; содержит портретные изображения и биографии композиторов Беларуси; описания, изображения, и примеры звучания белорусских музыкальных инструментов; аудио-записи лучших образцов отечественной разножанровой музыки и т.д.

Пособие состоит из следующих разделов:

- стили, жанры и направления музыкального искусства Беларуси
- музыкальный театр (балет, опера, оперетта);
- инструментальная музыка;
- вокально-хоровая музыка;
- эстрада;
- музыкальные инструменты;
- композиторы;
- фонохрестоматия.

Серия виртуальных экскурсий содержит аудио и видео материалы, презентующие основные стили, жанры и направления музыкальной культуры Беларуси на протяжении всей истории ее развития.

Популярная игра-викторина имеет занимательный характер и ориентирована на подрастающее поколение потенциальных туристов.

Таким образом, мультимедийное издание «Популярно о музыке Беларуси» можно рассматривать как социокультурную инновацию, вписывающуюся в культурно-информационную ткань туристического образа Беларуси и служащую делу популяризации знаний о нашей стране с целью развития музыкального туризма.

Шифрин А.Е.
МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ИЗДАНИЯ
ПО ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЕ БЕЛАРУСИ
КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА
Минск, Республика Беларусь

Одна из основных проблем, которые необходимо решить для привлечения зарубежных гостей в Беларусь, – это проблема презентации нашей страны перед потенциальными туристами. Для формиро-

вания туристических групп в такие страны как, например, Греция, Египет, Индия и т.д., историю и культуру которых изучают в курсе средней школы практически каждой страны, достаточно показать видеоряд, а то и просто дать названия знаменитых на весь мир достопримечательностей, указать цены и сроки заезда. Потенциальные туристы всего мира, как правило, с детства мечтают посетить эти страны. В силу объективных исторических причин Беларусь практически неизвестна в качестве страны для туристических поездок. Поэтому очевидно, что использование вышеуказанных способов для привлечения иностранных туристов в Беларусь не принесет желаемого результата. Для восполнения этого пробела необходимо проделать большую и сложную работу по презентации культуры Беларуси во всем мире. В настоящее время деятельность в этом направлении носит ограниченный характер и заключается, в основном, в презентации различных творческих коллективов. Несомненно, это очень важно для того, чтобы о нашей стране узнали в мире и т.п. Однако это именно презентация коллективов и весьма маловероятно, что туристы будут приезжать на концерты этих талантливых мастеров сцены в нашу страну, тем более, что такие концерты из-за насыщенной гастрольной программы крайне редки.

Для развития въездного туризма необходимо презентовать то, что нельзя «вывезти на экспорт», а именно уникальное культурное богатство, которое белорусский народ накопил в своем историческом опыте и которое служит сокровищницей национальных и общечеловеческих ценностей. Неповторимость и мощность этого культурного потенциала определяется в первую очередь талантливостью белорусского народа, разнообразием, временной устойчивостью и глубиной его традиций, в которых воплотились творческие усилия всех этнических групп, составляющих население страны. До тех пор, пока Беларусь не станет известной и привлекательной для иностранных туристических компаний, говорить о серьезном развитии въездного туризма не приходится.

Презентовать надо белорусскую культуру, которая представляет собой в данном случае национальный стратегический ресурс особой значимости. Это совокупность материальных и духовных ценностей, которые образуют систему общественных институтов (историко-культурное наследие, фольклор, народные промыслы и ремесла, профессиональное и самодеятельное искусство, и др.).

Развитие мультимедийных технологий открыло новые возможности для представления многонациональной белорусской культуры в многообразии культур мира. Технология мультимедиа позволяет объединить текст, звук, статическое и динамическое изображение, что предоставляет практически неограниченные возможности для творче-

ства при проектировании и использовании мультимедийных изданий, ориентированных на презентацию Беларуси перед иностранными туристами.

Принципиальной отличительной чертой мультимедийных изданий по художественной культуре Беларуси является то, что их основу составляют потенциальные объекты туристических экскурсий, каждый из которых самодостаточен и, кроме всего прочего, несет в себе большую историческую и культурную ценность, что требует особого подхода при дизайн-проектировании с целью объединения различных артефактов белорусской культуры в одном издании. В процессе проектирования следует учитывать, что эти издания выступают как особая форма презентации и популяризации культуры нашей страны.

Средствами дизайна в данном случае не только визуализуется структура издания, но и расставляются акценты в необходимых местах, осуществляется сбалансированность различных компонентов. Особенно важно, что не только подготовка контента, но и непосредственно само дизайн-проектирование выполняется с учетом результатов искусствоведческих, исторических и культурологических исследований по соответствующим направлениям. Поэтому дизайн-проектирование играет весьма важную роль в раскрытии содержания этих изданий. Такие традиционные параметры дизайна мультимедийного издания, как шрифтовое оформление, цветовое решение, графика, согласованность применения различных средств и пр., в данном случае призваны играть особую роль в раскрытии содержания.

В зависимости от концепции и принципов, которыми руководствуются создатели издания, средствами компьютерного дизайна можно добиться как полного и однозначного представления артефакта, то есть реализма в подаче материала, так и внести значительную долю условности и, например, в издании о конкретном музее сделать акцент на создании образа самого музея как среды обитания произведений искусства. Мультимедийное издание о художнике, музыканте, архитекторе и других деятелях культуры и искусства при выборе соответствующей концепции дизайна может стать захватывающим повествованием о его жизни и творчестве наряду с литературными и кинопроизведениями биографического жанра.

Средствами дизайна можно эффективно представить единство дихронии и синхронии в искусстве. Возможности компьютерного дизайна позволяют показать в режиме реального времени, например, развитие какой либо архитектурной школы и ее истоки во времени и пространстве. Можно создать видимость совмещения в реальном времени на экране монитора различных исторических эпох, жанров, стилей, предоставить возможность пользователю самостоятельно совершать увлекательные путешествия в мир искусства. Подобно тому как

при съемке фильма режиссер и оператор выбирают место действия и декорации, дизайнер может «разместить» сохранившийся памятник архитектуры средневековья в культурной среде того времени и создать при помощи анимационных средств образ средневекового города, что значительно изменяет характер восприятия данного памятника архитектуры.

Средства мультимедийных технологий позволяют создать свой неповторимый ритм дизайна издания в целом и усилить восприятие этого ритма соответствующим музыкальным фоном. При дизайн-проектировании мультимедийного издания по художественной культуре могут быть эффектно применены различные метафоры, например, архитектура – застывшая музыка, краски играют, использованы гиперболы, символы. Особую выразительность дизайну может придать использование многочисленных фильтров и эффектов обработки неподвижного и подвижного изображения и звука, реализуемых при помощи прикладного программного обеспечения.

Интерактивность мультимедиа предоставляет пользователю возможность придавать мультимедийному изданию по художественной культуре различные смыслы и значения, что открывает принципиально новые возможности для реализации творческого потенциала дизайнера, сознающего принципиальную незавершенность создаваемого им дизайн-проекта. Проектирование такого издания – это, фактически, проектирование туристических маршрутов в компьютерной виртуальной реальности (КВР).

Шумский К.А.

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА РОДНОЙ ЗЕМЛИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Минск, Республика Беларусь

«Образ» – понятие многозначное, его изучают этнологи, историки, психологи, географы, филологи, культурологи, богословы, имиджмейкеры и другие исследователи. Имеется много определений этого феномена. В основном они сводятся к тому, что образ – это определенная форма обобщенного отражения, описания объекта или явления. Это также схематичные утверждения и представления о самом объекте, в том числе о людях, странах, регионах.

Образные конструкции, как правило, неполны, ситуативны и далеко не всегда объективны. Но с помощью образов (стереотипов) можно воздействовать и даже управлять групповым и индивидуальным сознанием, «расширять» или «сужать» представления людей об объекте, акцентировать позитивные или негативные его характери-