

Мончак В.С., студент 311 группы  
дневной формы обучения  
Научный руководитель – Белокурская Ж.Е.,  
кандидат филологических наук, доцент

## **КУЛЬТУРНЫЙ БРЕНДИНГ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ГОРОДА СМОРГОНЬ**

Продвижение и социально-культурное развитие территорий Республики Беларусь относится к одному из приоритетных направлений государственной политики. Одним из эффективных способов продвижения и социально-культурного развития территорий является брендинг.

Брендинг – это набор приемов и методов, с помощью которых создаются необходимые впечатления о продукте (товаре, услуге и т.д.), которые влияют на его восприятие потенциальными потребителями.

Культурный брендинг как часть территориального брендинга основывается на историко-культурных событиях, памятниках культуры, природных объектах, местных обычаях и традициях, а также на исторических личностях, проживавших или проживающих на данной территории.

Центром культурного брендинга в пределах той или иной территории является отдельный культурный бренд. Как отмечает С. В. Волощук, «культурный бренд – это всё, что отличает территорию от других, это такие вербальные, визуальные и другие элементы, по которым потребитель может дифференцировать принадлежность данного культурного продукта к данному названию, даже не видя названия» [1, с.1]. Благодаря культурному бренду определенная территория может продвигать свою индивидуальность, формировать узнавание, повышать свою привлекательность как в глазах местных жителей, так и туристов.

Формирование имиджа города в контексте культурного брендинга определяется исходя из его культурного потенциала, имеющего в своей основе исторические корни.

В большинстве научных источников имидж региона определяется как относительно устойчивая в массовом сознании совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу особенностей региона, которые складываются на основе всей информации, полученной о регионе из различных источников, а также собственного опыта и впечатлений [2].

Имидж города – разноплановый, искусственно создаваемый образ, который складывается в сознании людей из представления о следующих составляющих.

Рассмотрим их на примере города Сморгонь.

**1. Географические особенности.** Город Сморгонь имеет достаточно удобное расположение – на северо-западе Белоруссии в пределах Нарочано-Вилейской равнины, в двух километрах юго-западнее реки Виляя. Сморгонский район граничит на северо-востоке, востоке и юге с Мядельским, Молодечненским и Воложинским районами Минской области, а на западе и северо-западе – с Ошмянским и Островецким районами Гродненской области.

**2. Население.** В городе Сморгонь проживает 35 908 человек, из них 84% белорусы, остальные 16% составляют русские, поляки, украинцы и др. Конфессиональное разнообразие представлено в основном католиками и православными, которые являются коренными жителями города.

**3. Экономика.** Промышленность города достаточно развита и представлена такими предприятиями, как РУП «САЗ», КУП «Сморгонский литейно-механический завод», ООО «Белагротерминал», ИООО «Кроноспан», «Сморгонские молочные продукты» и др.;

**4. Образование, культура.** Образование в Сморгони репрезентовано 8 учреждениями дошкольного образования, 7 общеобразовательными средними школами, профессиональным училищем №128 и др. Что касается сферы культуры, то в городе действуют историко-краеведческий музей, Дом культуры, выставочный зал, летний амфитеатр, Ботанический сад и др.

5. **Средства массовой информации** города Сморгонь представлены газетой «Светлый шлях»;

6. **Архитектура, эстетический облик** города складывался на протяжении более чем 500 лет. В связи с событиями Первой мировой войны, Сморгонь стали именовать «Мертвым городом», так как весь город был разрушен, сохранился лишь один архитектурный памятник – костёл Святого Михаила Архангела, построенный в начале XVII века. Кроме того, в окрестностях города имеется достаточное количество историко-архитектурных памятников, например, руины Кревского замка, усадьба М.К. Огинского в Залесье, иезуитский коллегиум, усадьба Ф. Богушевича, водяная мельница, костелы разнообразных архитектурных стилей и др.;

7. **Здравоохранение** города представлено «Сморгонской центральной районной больницы» и «Сморгонским зональным центром гигиены и эпидемиологии». **Спорт** – «Сморгонским центром физкультурно-оздоровительной и спортивной работы», «Сморгонской районной специализированной детско-юношеской школой олимпийского резерва профсоюзов «Триумф», Футбольным клубом «Сморгонь» и т.д.;

8. **Историческое прошлое** в контексте города Сморгонь составляет его значимое культурное наследие.

Город Сморгонь основан в 1503 г. Прославился он, в первую очередь, своей «Медвежьей академией», которая представляла собой школу дрессировки медведей, где их учили танцевать. После медведи отправлялись на гастроли по всей Европе. Благодаря этому культурно-историческому событию медведь стал символом города. Несмотря на то, что академии уже давно не существует, её образ увековечен в гербе города и многочисленных скульптурных композициях и памятниках.

«Кто под Сморгонью не бывал – тот войны не видал». Такая поговорка сложилась в годы Первой мировой войны, потому что через Сморгонь проходила линия фронта, велись ожесточенные бои. Здесь впервые были применены газовые атаки Русской армии. Примечательно, что в обороне

города принимала участие «Первая женская военная команда смерти Марии Бочкарёвой». Сегодня в честь этих событий в городе возведен единственный в Беларуси мемориальный комплекс памяти героев и жертв Первой мировой войны. По мотивам этих событий в 2015 году создан фильм «Батальон».

Что касается местных обычаев и традиций, то город Сморгонь является родиной баранок, хотя достоверного подтверждения этому нет, но именно это лакомство прославляло город в XIX - XX веках. В настоящее время в честь этого проводится фестиваль-ярмарка «Сморгонские баранки». Современным же лакомством считается сморгонское мороженое, сохранившее традиции приготовления и вкус советского пломбира.

Также в Сморгонском районе существует особенная музыкально-инструментальная традиция «Смаргонскія найгрышы», которая входит в список нематериального культурного наследия Беларуси. Новым музыкальным событием города стал музыкальный фестиваль «ДВИЖ», который проводится уже два года подряд и пользуется широкой популярностью у молодёжи. Помимо музыкальных традиций, Сморгонский район славится ремеслами, в честь которых проходят праздники, например, фестиваль-ярмарка «Керамика Крево», а также другими региональными культурными акциями: Георгиновый бал, праздник «Возвращение «Северных Афин»», приуроченный ко дню рождения М.К.Огинского, региональный фестиваль батлеечных театров «Чароўны свет батлейкі», фестиваль народной инструментальной музыки «Іграю, як знаю, скачу, як хачу!», праздник бытовых танцев «Жодзішкаўскі карагод» и др.

Город Сморгонь и Сморгонский район исторически связан с рядом знаменитых личностей, среди них белорусский поэт Франтишек Богушевич, памятник которому поставлен в городском парке, польский композитор и политический деятель Михаил Клеофас Огинский, в честь которого построена детская музыкальная школа искусств. Сморгонская земля – родина известных белорусских творческих личностей, например, скульптора В.В. Теребуна, поэта М.Н. Дуксы, дирижера В.В. Ровды, заслуженного деятеля культуры А.А.

Дерюги, поэта и прозаика В.П. Некляева и др., в честь которых названы улицы города.

Перечень стратегических и символических инструментов брендинга, в качестве которых выступают культурные константы, формируют стержень бренда. К сожалению, рекламных инструментов брендинга не хватает, а ведь именно они содействуют привлечению внимания к бренду, формированию и поддержке интереса к бренду и его продвижению.

Таким образом, историческое наследие города Сморгони как основа культурного брендинга и средство повышения его имиджа детерминирует знаковость Сморгони для Республики Беларусь, а также определяет роль города в смысловом и духовном пространстве страны в целом.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Волощук, С. В. Культурный брендинг как направление деятельности библиотек: методические материалы / С. В. Волощук. — Майкоп: Национальная библиотека Республики Адыгея, 2018. — 19 с.
2. Глущенко М.С., Мордовин А.В. Инструменты формирования бренда малых территорий / М.С. Глущенко, А.В. Мордовин. — Таврический научный обозреватель, 2015. — №4-1.
3. Морозова Т. А. Имидж города как основа его продвижения / Т.А. Морозова. — Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение, 2010. — №1.
4. Сморгонский районный исполнительный комитет [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://smorgon.grodno-region.by/ru> — Дата доступа: 10.03.2023.
5. LIVEJOURNAL [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://evgenysolomin.livejournal.com/169676.html> — Дата доступа: 09.03.2023.