

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ И КУЛЬТУРЫ»



**НАУКА. КУЛЬТУРА. ИСКУССТВО:
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

**Сборник материалов Всероссийской
(с международным участием)
научно-практической конференции**

(Белгород, 02 февраля 2024 года)

**В пяти томах
Том 5**

Белгород
2024

Рецензенты:

Курганский С.И. – доктор педагогических наук, кандидат социологических наук, профессор, заслуженный работник культуры РФ, ректор ГБОУ ВО «Белгородский государственный институт искусств и культуры»;

Борисов С.Н. – доктор философских наук, профессор, директор Института общественных наук и массовых коммуникаций ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

Ответственные редакторы:

Посохова Н.В. – кандидат социологических наук, доцент, профессор кафедры социально-культурной деятельности и туризма, проректор ГБОУ ВО «Белгородский государственный институт искусств и культуры»;

Кистенев В.В. – кандидат исторических наук, доцент кафедры общетеоретических и гуманитарных дисциплин, руководитель структурного подразделения «Научно-исследовательское управление» ГБОУ ВО «Белгородский государственный институт искусств и культуры»;

Енина С.А. – начальник отдела по организации и сопровождению научно-исследовательской работы структурного подразделения «Научно-исследовательское управление» ГБОУ ВО «Белгородский государственный институт искусств и культуры»;

Шутченко Т.В. – методист структурного подразделения «Научно-исследовательское управление» ГБОУ ВО «Белгородский государственный институт искусств и культуры»;

Еремина О.Г. – методист отдела научно-творческих коммуникаций и экспертизы структурного подразделения «Научно-исследовательское управление» ГБОУ ВО «Белгородский государственный институт искусств и культуры».

Н 34 **Наука. Культура. Искусство: Актуальные проблемы теории и практики** : сборник материалов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (Белгород, 02 февраля 2024 года). В 5 т. Т. 5 / отв. ред. Н. В. Посохова, В. В. Кистенев, С. А. Енина, Т. В. Шутченко, О. Г. Еремина. – Белгород : БГИИК, 2024. – 300 с.

В сборнике представлены материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции «Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики», проходившей 02 февраля 2024 года в Белгородском государственном институте искусств и культуры. В них отражены исследования, посвященные актуальным теоретико-методологическим проблемам науки, культуры и искусства, определению их значения и роли в современном социокультурном пространстве.

Издание адресовано преподавателям и студентам высших и средних учебных заведений искусств и культуры, философам, культурологам, искусствоведам, педагогам и всем, кто интересуется актуальными проблемами теории и практики науки, культуры и искусства.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за представленные в работах взгляды, данные, а также за точность приведенных цитат, имен собственных и прочих сведений.

УДК 008:338.48:37:39
ББК 71+65.43+74+85

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 15. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

<i>Абдуллаева П.Р.</i> Роль анимации в процессе формирования культурных стереотипов.....	7
<i>Быканова М.С.</i> Игровые методы обучения иностранному языку.....	10
<i>Гавронова Ю.Д.</i> Культура и язык: межкультурная компетенция переводчика.....	13
<i>Дагаева К.И.</i> Роль имагологии в формировании межкультурных компетенций в контексте журналистского образования.....	19
<i>Киреева Н.В., Коренева Е.Н.</i> История Германии как государства и ее культуры.....	22
<i>Колтунова С.В., Сороцкая А.П.</i> Реалии российской образовательной среды и способы их перевода на английский язык.....	29
<i>Коренева Е.Н., Киреев М.Н., Киреева Н.В.</i> История эволюции искусства.....	35
<i>Кузнецова Д.В.</i> Изучение иностранного языка в вузе в условиях дистанционных технологий.....	46
<i>Макажанова Ж.М.</i> Формирование поликультурной личности студентов колледжа Республики Казахстан в рамках концепции диалога культур.....	50
<i>Чернявская Н.Э.</i> Особенности развития преподавания английского языка в России конца XVIII – начала XIX века.....	53
<i>Шшимарова В.Г., Сороцкая А.П.</i> Познание культуры страны изучаемого языка через национальную кухню.....	57

РАЗДЕЛ 16. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

<i>Белецкая Е.А., Мирошниченко Е.В.</i> Содержание адаптивного туризма для детей с ограниченными возможностями здоровья.....	66
<i>Белецкая Е.А., Харьковская Е.В.</i> Основные инструменты продвижения туристского продукта.....	72
<i>Бутова И.Н., Себелева Л.И.</i> Музей в сфере культурного туризма.....	77

<i>Волченко Т.А.</i>	
Увеличение показателей региональной туристической отрасли через организацию мероприятий событийного туризма.....	86
<i>Гененко О.Н., Ряднова С.А.</i>	
Применение VR/AR-технологий в туриндустрии.....	90
<i>Гененко О.Н., Мирошниченко Е.В.</i>	
Событийное мероприятие как инструмент продвижения территории (на примере фестиваля «Подсолнечный край»).....	96
<i>Дюрягина Ю.Ю., Булатова Г.Ф.</i>	
Современное состояние туристской отрасли: проблемы и перспективы развития.....	103
<i>Кущенко Е.С.</i>	
Психологический аспект сервиса в гостиничной индустрии.....	110
<i>Лиханова В.В.</i>	
Анализ потенциала Забайкальского края для развития экологического туризма.....	113
<i>Мирошниченко Е.В., Белецкая Е.А.</i>	
Исследование востребованности познавательных туров выходного дня среди населения Белгородской области.....	117
<i>Мирошниченко Е.В., Гененко О.Н.</i>	
Внутренние туристические ресурсы как фактор активизации экскурсионной деятельности.....	128
<i>Новикова Н.В.</i>	
Перспективы развития образовательного туризма в современных условиях.....	134
<i>Пендюрин Е.А.</i>	
Музеи города Белгорода как объекты индустрии туризма.....	138
<i>Подсарайнова Л.В.</i>	
Туристические фирмы Нижнего Тагила, специализирующиеся на организации активного отдыха.....	142
<i>Польшина А.А.</i>	
Особенности разработки иммерсивных экскурсий.....	151
<i>Салимшин И.Л.</i>	
Проблемы и перспективы развития туризма в современных условиях....	154
<i>Титова Е.А.</i>	
К вопросу об актуальных проблемах туристической отрасли в России....	158
<i>Титова М.П.</i>	
Туристский потенциал как инструмент создания брендового маршрута региона.....	162

РАЗДЕЛ 17. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

<i>Волкова И.Г.</i> Формирование ключевых компетенций при обучении изобразительному искусству в начальной школе Беларуси.....	167
<i>Дементьев Б.П.</i> Человеческий потенциал в цифровых гуманитарных науках: проблемы и перспективы.....	171
<i>Донникова Т.С., Бобрышева В.Е.</i> Формирование финансовой грамотности населения как фактор повышения качества жизни и экономического развития государства.....	175
<i>Донникова Т.С., Дмитренко Е.А.</i> Влияние сферы культуры на экономическое развитие стран.....	181
<i>Донникова Т.С., Егорова А.Д.</i> Специфика потребления в информационно-медийном контексте интернет-пространства.....	188
<i>Донникова Т.С., Осипова А.А.</i> Дизайн как ключевой инструмент эффективного развития экономики....	193
<i>Карпенко О.А.</i> Культурный потенциал и капитал: характеристика, функционирование, развитие и накопление в современной экономике и обществе.....	200
<i>Рыжова П.А.</i> Влияние социально-экономического кризиса периода Великой Российской революции (1917–1918 гг.) на развитие культуры (по записям американских журналистов – очевидцев событий).....	204

РАЗДЕЛ 18. НАРОДНАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

<i>Воронова О.А.</i> Визуальный стиль мультипликатора Томма Мура как отражение ирландского национального фольклора.....	209
<i>Заболотская Е.А.</i> Русские национальные мотивы в дизайне молодежной одежды.....	213
<i>Кулабухова М.А., Кулабухов Д.А.</i> «Словно тронул апрель тишину многострунную...»: избранные аспекты поэзии В. Кобзарь.....	218
<i>Петракова Р.А.</i> Способы проработки негативных эмоций и состояний с помощью изобразительного искусства.....	224
<i>Попова Л.М.</i> Народная песня как значимый ресурс в воспитании чувства патриотизма и гражданственности у подрастающего поколения.....	227

<i>Солодовникова Н.В.</i>	
Влияние народной художественной культуры на духовно-нравственную культуру личности.....	232
<i>Солодовникова Н.В.</i>	
Дома культуры и клубы как учреждения, развивающие традиции народной художественной культуры: от теории к практике.....	236
<i>Солодовникова Н.В.</i>	
Мифология как часть народной художественной культуры.....	241
<i>Солодовникова Н.В.</i>	
Народная художественная культура в системе современного мировосприятия.....	245
<i>Солодовникова Н.В.</i>	
Преемственность традиций народной художественной культуры в контексте национальной проблемы сохранения культурного наследия.....	249
<i>Солодовникова Н.В.</i>	
Современное состояние народной обрядовой культуры в России и пути её развития.....	254
<i>Солодовникова Н.В., Зенин С.Н.</i>	
Орнаментальное искусство в народной художественной культуре как модель отражения картины мира жизни человека.....	259
<i>Солодовникова Н.В., Зенин С.Н.</i>	
Процессы глобализации как основной фактор влияния на традиции в народной художественной культуре.....	267
<i>Халимон М.В.</i>	
Головной убор и его роль в традиционном костюме.....	275
<i>Ческидова И.Б.</i>	
Создание книги для детей студентами педагогического вуза.....	280
<i>Шулика М.В.</i>	
Народный костюм: крой, вышивка и декоративные швы.....	284
<i>Шулика М.В., Яковлева Л.В., Бутова И.Н.</i>	
Фольклорно-этнографические традиции праздников и их трансформация в пространстве и времени.....	288
Сведения об авторах.....	297

РАЗДЕЛ 15. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

РОЛЬ АНИМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

П.Р. Абдуллаева

Дальневосточный федеральный университет

e-mail: abdullaeva.pr@students.dvfu.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос влияния анимации на формирование и продвижение культурных стереотипов в обществе. Киноиндустрия старается создать популярную, а следовательно, прибыльную анимацию. Ради запоминающегося и красочного изображения анимация использует гиперболу образов и характеров персонажей. Популярность анимационных фильмов создает эффект бессознательного запоминания показанных стереотипов, что в свою очередь влияет на поведение людей по отношению к другим расам и культурам.

Ключевые слова: анимация, культурные стереотипы, влияние стереотипов, латиноамериканцы, французы, азиаты, цыгане.

THE ROLE OF ANIMATION IN THE FORMATION PROCESS OF CULTURAL STEREOTYPES

P.R. Abdullaeva

Far Eastern University

e-mail: abdullaeva.pr@students.dvfu.ru

Abstract. This article examines the issue of the influence of animation on the formation and promotion of cultural stereotypes in society. The film industry is trying to create popular, and therefore profitable, animation. For the sake of a memorable and colorful image, animation uses hyperbole of images and characters. The popularity of animated films creates the effect of unconsciously remembering the stereotypes shown, which in turn affects people's behavior towards other races and cultures.

Keywords: animation, cultural stereotypes, influence of stereotypes, Latin Americans, French, Asians, gypsies.

Анимация – особый вид киноискусства, в основе которого лежит оживление на экране различных неодушевленных объектов [2]. Для привлечения внимания зрителя важны не только интересный сюжет, но и контекст для понимания персонажей и нахождения в них своих черт характера. Для этого, как правило, используются собирательные образы людей, в которых большинство зрителей могут найти что-то похожее на себя не только внешне, но и внутренне. Популярность анимации наравне с другими видами искусства дает ей не только роль развлекательного транслирования собирательных образов, но и как следствие возможность формировать культурные стереотипы в обществе.

Таким образом, объектом исследования являются культурные стереотипы в анимации, а предметом исследования – популярные анимационные фильмы. Целью исследования становится определение роли анимации в формировании культурных стереотипов в обществе.

Культурные стереотипы – это принимаемые всеми и общие для всех представителей данной культуры паттерны представлений и убеждений [3]. Культурные стереотипы могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на общество. С одной стороны, они могут способствовать сохранению традиций и культурных особенностей, создавать общие ценности и идентичность. Однако, с другой стороны, стереотипы могут приводить к дискриминации, недопониманию и ограничивать свободу и разнообразие. Рассмотрим подробнее культурные стереотипы на примерах мультфильмов, имеющих достаточную популярность для влияния на общественное сознание, а также имеющих стереотипную репрезентацию некоторых из культур.

Стереотипы о людях с латиноамериканским происхождением можно проследить в популярном фильме «Гадкий Я 2». В нём злодей, олицетворяющий мексиканца, представлен в достаточно карикатурном виде. Эдуардо изображается как толстый, с большим носом, эмоциональный и страстный мексиканец, носящий рубашку с открытым воротом и большой медальон на груди. Его злодейский персонаж – Эль Мачо, борец, управляющий мексиканским рестораном. Это лишь один из множества стереотипов, используемых в данном контексте. Латиноамериканцы часто представляются как громкие и веселые люди, всегда готовые веселиться, танцевать и устраивать праздники, что можно проследить также в фильмах «Тайна Коко», «Энканто». Примером влияния стереотипов о внешности латиноамериканцев на реальный мир является фраза Дональда Трампа о латиноамериканце Стиве Кортес: «Он, оказывается, латиноамериканец, но я так и не понял этого, потому что он больше похож на WASP (белый англосаксонский протестант), чем я» [5].

Многие анимационные фильмы стереотипно показывают французов, это, например, можно проследить в проекте «Рататуй». Французы известны своей критичностью, особенно в отношении еды. Ресторанный критик Эго из мультфильма хороший этому пример. Повара с трепетом ждут его вердикта, поскольку его отзывы могут улучшить или разрушить ресторан. Также французы известны своим чувством стиля. В мультфильме «Золушка», крестная фея преображает главную героиню, одев ее в стильный и красивый наряд, которым в итоге любуются все вокруг. Этот же мультфильм показывает еще один стереотип о данной нации – романтическую натуру французов (Золушка, мечтающая о принце, а также ее сводные сестры). Как же стереотипы о Франции и её жителях влияют на людей? Примером негативных последствий идеализации Франции является «Парижский синдром». Туристы, приезжающие во Францию, ожидают увидеть красоту, влюбленные парочки, вежливость, чистые улицы, красивую архитектуру, однако они сталкиваются с противоположной картиной в реальности:

бездомные на улицах, грубые французы, карманное воровство. Особенно данный синдром выражен у азиатов, ведь их культура сильно отличается от европейской [1, с. 164-167].

Стереотипная репрезентация азиатской культуры в мультфильмах в основном делится на мастеров боевых искусств («Мулан», «Кунг фу Панда»), а также очень умных персонажей (в «Я краснею» главная героиня канадско-китайского происхождения Мей Ли всегда учится на отлично и старается добиться успеха во всем, что она делает). Подобный стереотип самого умного относится к термину «Образцовое меньшинство» (Model minority), члены которого, как считается, достигают более высокого социально-экономического статуса по сравнению со средним показателем населения. В качественном исследовании Оусермана и Сакамото 51,7% азиатских студентов негативно отзываются о данном стереотипе, так как он не всегда отражает действительность, а также принуждает действовать в рамках стереотипа и повышает планку сложности в учебе, работе и жизни в целом. С другой стороны, 15,9% опрошенных сказали о смешанных чувствах, ведь подобный стереотип выглядит позитивным, если сравнивать со стереотипами других культур. Последняя группа (26,3%) считает, что описанный стереотип показывает уважение и позитивное восприятие к представителям Азии, а также подчеркивает их достижения [6].

Стереотипы о цыганах отражаются даже в самом словаре Даля: «цыган, цыганка, обманщик, плут, барышник, перекупщик». Например, стереотип о воровстве и обмане можно проследить в мультфильме «Алеша Попович и Тугарин Змей» (цыгане делают предложение купить коня, окружают Тихона и крадут у него все, оставляя взамен коня, от которого хотят скорее избавиться).

Мультфильм «Бременские музыканты» собирает множество стереотипов, один из которых жадность (появившийся банк во владении Атаманши не удовлетворяет ее жажду к деньгам и власти, поэтому она похищает сына трубадуров и требует в качестве выкупа свадьбу с королем). Также поддерживается стереотип об умении цыган гадать, предсказывать судьбы, и владеть некой магией (Атаманша из «Бременских музыкантов» гадают королю безопасную дорогу, Эсмеральда из «Горбун из Нотр-Дама» высмаркивается в платок и исчезает во время ареста). Еще один стереотип о свободолюбии и смелости цыган (Эсмеральда из «Горбун из Нотр-Дама» защищает Квазимодо от священника Фролло). Влияние данных стереотипов в мире можно увидеть на примерах Силаса Кропфа (скрытие своей национальности из-за влияния стереотипов), Айриз Бекировски (недоверие к нему из-за национальности, невозможность получить высокую должность на работе) [4].

Анимация часто гиперболизирует образы, характеры и поведение персонажей ради красочной и интересной картинки. Однако именно эта гипербола легче всего запечатывается в память, оставляя за собой неосознанное усвоение стереотипов. Особенно хорошо запоминаются стереотипы при отсутствии реального опыта взаимодействия с культурами,

нациями и расами людей (например, описанный выше Парижский синдром у японцев). Несмотря на долю правды в стереотипах, они бессознательно ограничивают способность видеть индивидуальные и настоящие черты характера людей, так как мозг руководствуется усвоенными общепринятыми представлениями. В целом, стереотипы могут оказывать значительное влияние на наше поведение, мышление и отношения с другими людьми и к другим людям, поэтому важно быть осведомленными и уметь анализировать свои собственные предубеждения.

Список литературы

1. Гулийчук, О. В. Парижский синдром как явление современной межкультурной коммуникации / О. В. Гулийчук // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира : Материалы IX Международной студенческой научно-практической конференции, Комсомольск-на-Амуре, 09 апреля 2018 года. – Комсомольск-на-Амуре : Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2018. – С. 164-167.
2. Кузнецов, С. А. Большой толковый словарь русского языка: А-Я / С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург : Норинт, 1998. – 1534 с.
3. Нельсон, Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения / Т. Нельсон. – Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.
4. Heike, Klovert. 'The «Gypsy» Stereotype Affects Us All' / К. Heike // Spiegel International : офиц. сайт. – 2020. – URL: <https://www.spiegel.de/international/germany/the-gypsy-stereotype-affects-us-all-a-6f0371e3-2ead-4180-b1d0-1e34cfaa91f2> (дата обращения: 10.01.2024).
5. Karson, K. Trump delivers 'false choice' for Latinos between country, racial identity: Experts / К. Karson // ABC News : офиц. сайт. – 2019. – URL: <https://abcnews.go.com/Politics/trump-delivers-false-choice-latinos-country-racial-identity/story?id=65672414> (дата обращения: 26.12.2023).
6. Thompson, T. L. “You’re Asian; You’re Supposed to Be Smart”: Adolescents’ Experiences With the Model Minority Stereotype and Longitudinal Links With Identity / T. L. Tompson, L. Kiang, M. R. Witkow // American Psychological Association. – 2016. – Pp. 108-119. – URL: <https://www.apa.org/pubs/journals/features/aap-aap0000038.pdf> (дата обращения: 26.12.2023).

ИГРОВЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

М.С. Быканова

Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: crazypiano@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена игровым методам обучения иностранному языку. Особое внимание уделяется игре как одному из важных факторов при организации процесса обучения иностранному языку.

Ключевые слова: игра, иностранный язык, обучение иностранным языкам, игровой метод, ролевая игра.

GAME METHODS OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

M.S. Bykanova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: crazypiano@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to game methods of teaching a foreign language. Special attention is paid to the game as one of the important factors in organizing the process of learning a foreign language.

Keywords: game, foreign language, teaching foreign languages, a game methods, role-playing game.

Роль игры во время обучения иностранному языку важна. Игра – это один из способов для запоминания, изучения и проверки материала. Игровая деятельность на занятиях по иностранному языку – это отличная возможность для обучающихся проявить себя и свои способности, продемонстрировать свои лидерские качества и сообразительность. В ходе игровой деятельности, обучающиеся, на подсознательном уровне, усваивают новый или сложный для них материал, закрепляют старые знания.

Игровая деятельность в образовательных целях применялась еще в Древней Греции. Ее целью было создание соревновательного духа среди учащихся, который влиял на эффективность в обучении. Позднее, в эпоху Возрождения, ученые начали задумываться о применении игровых техник во время преподавания наук. Томмазо Кампанелла и Франсуа Рабле были первыми, кто предложил применять игровые приемы в образовательном процессе.

Одним из первых, кто классифицировал игровую деятельность, был немецкий педагог Фридрих Фребель. Он доказал, что игра несет за собой положительные последствия как для учащихся, так и для преподавателя.

Для того, чтобы игры на занятиях по иностранному языку проходили эффективно, преподавателю, прежде всего, стоит ознакомиться с методами применения игровой деятельности и то как они влияют на развитие различных аспектов языка у обучающихся.

По мнению Сальникова С.А.: «Использование игры в учебном процессе является нетрадиционным методом обучения» [1]. На сегодняшний день нетрадиционные методы обучения иностранному языку становятся все популярнее. Сальникова С.А. утверждает, что игра позволяет вызывать у обучающихся интерес к изучению иностранного языка. Сначала преподавателю необходимо найти средства, чтобы вызвать у учащихся интерес и активизировать их познавательную деятельность. Игра является одним из наиболее эффективных способов создания мотивации у обучающихся к началу коммуникации на иностранном языке. Языковой барьер и страх ошибиться вызывают у обучающихся трудности вовремя коммуникации на занятии по иностранному языку. Правила игры и преподнесение задания в игровой форме раскрепощают обучающегося, и он

понимает, что во время игры преподаватель не будет снижать оценки или строго ругать за неправильный ответ. Благодаря этому учащийся отвечает более уверенно и раскрепощено, закрепление разговорных навыков происходит более результативно. Несмотря на то, что игра часто носит развлекательный характер, именно она влияет на такие познавательные аспекты как внимание, память, воображение, творческие способности и мышление.

Для того чтобы наилучшим образом активизировать данные механизмы, преподавателю необходимо ознакомиться с материалами и исследования по психологии. Игра является механизмом управления умственной деятельностью обучающихся, а также помогает студентам самим регулировать мыслительную деятельность. Как известно, игровая деятельность может проходить в разных формах: в индивидуальной, групповой, коллективной или парной. Это экономит время на занятии по иностранному языку. Для того, чтобы игровая деятельность была полезна для каждого студента, стоит уделять внимание их языковым способностям. Так как игра не является научным термином, то и методик применения игры на занятии по иностранному языку мало, несмотря на то, что ролевая игра создает все необходимые условия для общения, которые максимально точно приближены к действительности. Таким образом, ролевая игра способствует развитию коммуникативных навыков. Нельзя также забывать и о лексике – одном из важнейших аспектов языка. Опыт использования ролевых игр в образовательном процессе показал эффективность усвоения студентами новой лексики во время игровой деятельности. Поэтому нельзя относиться с пренебрежением к игровым методикам и использованию их в учебном процессе.

Наиболее эффективным является обучение аудированию при помощи игр, так как игра, активизирует мысленную деятельность обучающегося. К такому выводу приходит Н.В.Терехина [3]. Благодаря играм, направленным на развитие навыка аудирования активизируются следующие аспекты:

- 1) формирование механизмов речевого слуха, прогнозирования;
- 2) прослушивание речи в разных темпах;
- 3) изучение разговорных клише;
- 4) возможность применения визуальной опоры во время аудирования;
- 5) умение использовать контекст во время прослушивания.

В статье «Технология «эдьютейнмент»: к истории вопроса» Т.В. Самосенкова рассказывает о современном термине в сфере игрового обучения – «edutainment (эдьютейнмент)». Данный термин появился благодаря слиянию слов «education» (образование) и «entertainment» (развлечение) [2]. В настоящее время можно наблюдать распространение развлекательно-образовательных проектов, таких как National Geographic и Discovery. Эдьютейнмент – это внедрение игровых технологий в телевизионные программы или мультфильмы. Современные ученые подчеркивают эффективность данного метода, так как он создает развлекательно-образовательную среду. По мнению Т.В. Самосенковой,

эдьютейнмент позволяет ученикам сразу видеть результат своей работы. Данный метод также позволяет учащимся действовать самостоятельно, что увеличивает их мотивацию к изучению иностранного языка [2]. Более того, эдьютейнмент создает комфортную для учащихся атмосферу, что также влияет на эффективность обучения иностранному языку. Он раскрывает потенциал каждого обучающегося. Так как основным компонентом эдьютейнмента является игра, то он может применяться как с применением компьютерного оборудования, так и без. Его главное преимущество – это создание реальной ситуации общения. Если игры будут целесообразно применяться на занятиях по иностранному языку, то учебный процесс будет проходить более плодотворно и интересно как для обучающихся, так и для преподавателя.

Игры на занятии по иностранному языку очень важны, так как благодаря им реализуется принцип практического применения языка. Игра позволяет повысить мотивацию, развить языковые навыки, воображение, мышление и творческие способности.

Список литературы

1. Сальникова, С. А. Игра как метод обучения иностранному языку / А. С. Сальникова. – Северодвинск, ГИФ С(А)ФУ им. М. В. Ломоносова. – URL: <https://research-journal.org/pedagogy/igra-kak-metod-obucheniya-inostrannomu-yazyku/> (дата обращения: 24.01.2024).
2. Самосенкова, Т. В. Технология «эдьютейнмент»: к истории вопроса / Т. В. Самосенкова // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – Белгород : НИУ БелГУ, 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-edyuteynment-k-istorii-voprosa/viewer> (дата обращения: 24.01.2024).
3. Терехина, Н. В. Использование игровых методов и приемов на уроках английского языка как способ повышения мотивации к обучению / Н. В. Терехина // Научно-методический журнал «Концепт». – 2016. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-igrovyyh-metodov-i-priemov-na-urokah-angliyskogo-yazyka-kak-sposob-povysheniya-motivatsii-k-obucheniyu/viewer> (дата обращения: 26.01.2024).

КУЛЬТУРА И ЯЗЫК: МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ ПЕРЕВОДЧИКА

Ю.Д. Гавронова

Смоленский государственный институт искусств

e-mail: kozadereza2@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена межкультурной компетенции переводчика в межкультурной коммуникации. Представлены особенности коммуникации американской, британской и немецкой культуры. Показано, насколько зависит межкультурная коммуникация и взаимодействие от точности синхронного перевода и невербальной коммуникации: переводчик может внести неясность в понимание текста и во взаимодействие, или, наоборот, исправить ошибки говорящего, сделав межкультурную коммуникацию более конструктивной. Переводчик не переводит слова, а работает с содержанием и со смыслом текста.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, межкультурное взаимодействие, перевод, смысл, ошибки перевода.

CULTURE AND LANGUAGE: INTERCULTURAL COMPETENCE OF AN INTERPRETER

Y.D. Gavronova
Smolensk State Institute of Arts
e-mail: kozadereza2@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the intercultural competence of the interpreter in intercultural communication. The article presents the features of communication in American, British and German culture. It is shown how much intercultural communication and interaction depends on the accuracy of the simultaneous translation and non-verbal communication: the interpreter can introduce ambiguity in the understanding of the text and in the interaction, or, on the contrary, correct the speaker's mistakes, making intercultural communication more constructive. The interpreter does not translate words, but works with the content and meaning of the text.

Keywords: intercultural communication, intercultural interaction, translation, meaning, translation errors.

Неотъемлемой частью культуры является культура использования языка. В разных странах требования к культуре речи различны. В одних культурах ради такта допускается небольшой обман, чтобы не обидеть собеседника, а в других необходимо говорить правду, какой бы обидной она ни была.

Американская культура – одна из немногих культур в мире, где уровень контекста низок, а в разговорной речи нет скрытых смыслов. Американский английский характеризуется преувеличением и эмоциональностью, что делает практически невозможными двусмысленные ответы. Американцы не любят «ходить вокруг да около» в своих ответах [9, с. 39]. Стоит предупредить, что в общении с американками нужно быть предельно осторожными: не делайте им комплиментов, не целуйте руки, не задавайте личных вопросов. Незначительный проступок может привести к судебному разбирательству [11].

Для Англии характерны строгие правила поведения и общения. При общении с англичанином стоит обратить внимание на его титул. Англичане ведут переговоры сдержанно и не оказывают давление на собеседника [11]. Порядочный человек никогда не должен спрашивать о личной жизни. Вопросы о семье, здоровье родственников также крайне неприличны [2].

В Германии общение подчиняется строгим правилам. Главные заповеди немецкого этикета – пунктуальность, четкость и консерватизм. Общение с партнером исключительно на Вы и по фамилии.

Вспомним пример, президент России Владимир Путин не раз встречал канцлера Германии Ангелу Меркель с букетом цветов во время ее официального визита в Россию. Сама Меркель не выказала никакого

недовольства. Она принимала цветы с улыбкой. Но немецким журналистам это не понравилось. Они посчитали, что Путин не просто проявляет вежливость, а посылает реальные невербальные сигналы. Якобы наш президент указал Меркель на то, что она женщина, и поставил себя в более выгодное положение. По мнению немецких СМИ, он должен был просто пожать Меркель руку [15].

Это аспекты культуры использования языка и правил этикета. К сожалению, последние два года в СМИ часто пишут о росте русофобии во Франции, в Германии и других странах. Нередко русофобия находит основу на исторических факторах [1]. В связи с напряженной обстановкой в современном мире актуальность правильной передачи смысла сказанного или написанного и его интерпретации приобретает особую значимость.

Поэтому для передачи текста и создания качественного перевода переводчик должен погрузиться в культуру исходного языка и языка перевода. По телевидению часто показывают политиков, беседующих друг с другом. Рядом с ними находится человек, чье имя диктор не называет, но который, на самом деле, является активным участником этих встреч. Этот человек – переводчик [12, с. 3].

Часто на подобных встречах рядом с высокопоставленными лицами никого нет. Хорошо известно, что на таких встречах, иногда между людьми с диаметрально противоположными взглядами, разговоры могут быть последним средством для достижения договоренностей, короче говоря, официальных текстов, которые впоследствии превращаются в важные международные договоры или соглашения. Поэтому в таких случаях беседы между такими лицами не должны оставаться незаписанными. Однако мы не можем ожидать, что, например, президент будет копировать и записывать по памяти страницу за страницей свои переговоры. Это может сделать только переводчик. Начинается второй, не менее сложный этап работы переводчика: он должен как можно точнее, почти слово в слово, записать все, что обсуждалось за столом переговоров. Именно эти записи ложатся в основу официальных документов. Не говоря уже об их чисто историческом и архивном значении [12, с. 3].

Поэтому переводчик должен быть и специалистом в области межкультурной коммуникации: ему необходимо учитывать социальные нормы, особенности национальной идентичности и не провоцировать экономические, социальные и политические конфликты между культурами.

Приведём пример инцидента, произошедшего по вине переводчика-синхрониста во время официальных дипломатических переговоров. Синхронный переводчик выругался матом во время трансляции Петербургского экономического форума (ПМЭФ) 18 июня 2022 года, в рамках которого проходила встреча президента России Владимира Путина с главой Турции Реджепом Тайипом Эрдоганом. Переговоры проходили довольно поздно, около полуночи. Синхронист перевел длинную фразу, сказанную Додиком, а затем сделал глубокий вдох и выругался. Данный

курьезный случай потом обсуждался в Telegram канале журналистов Кремля [10].

Вспомним другой инцидент, связанный с ошибкой переводчика, произошедший в сентябре 2023 года во время встречи президента России Владимира Путина и президента Турции Реджепа Тайипа Эрдогана. Турецкий переводчик сделал курьёзную оговорку о том, что между Россией и Турцией идет война. К счастью, переводчик вовремя исправил ошибку, сказав, что военный конфликт происходит между Россией и Украиной. Путин отреагировал на оплошность переводчика без смущения, показав, что ничего страшного не произошло [14]. Однако, видеокadres этого момента разлетелись в российском сегменте соцсетей, что вызвало дискуссию среди пользователей социальных сетей о «холодной войне», о «неизбежной войне между двумя странами в будущем», «спланированной акции» и т.д.

Вспомним слова Никиты Сергеевича Хрущева перед началом холодной войны. Известно, что Хрущев любил использовать в своем лексиконе шутки, прибаутки и пословицы. 24 июля 1959 года на открытии Американской национальной выставки «Промышленная продукция США» в парке «Сокольники» в г. Москва Хрущев впервые употребил выражение «Кузькина мать». На выставке был представлен дом, который, по заверениям организаторов, мог позволить себе любой американец: стиральные и посудомоечные машины, различная кухонная и бытовая техника. Все это вызвало неподдельный интерес у Хрущева [5].

В то время переводчиком Никиты Сергеевича был Виктор Михайлович Суходерев, который находился в командировке. С Хрущевым работал другой переводчик, Юрий Лепанов. Никита Сергеевич в своей обычной доходчивой речи вставил «Мы вам покажем «Кузькину мать»». К сожалению, переводчик не знал, как выразить эту мысль по-английски. Сбитый с толку, он перевел это как «мать Кузьмы». Сейчас трудно предположить, о чем думали американцы на тот момент, но абсолютно ясно: Хрущев имел в виду другое. По возвращении из поездки, как вспоминал сам Виктор Михайлович Суходерев, он перерыл все словари, чтобы выяснить, что означает выражение «Кузькина мать». По одной из версий, данное выражение служило эквивалентом более нецензурного матерного выражения, когда обстоятельства не позволяют выражаться таким образом. Но более подходящего выражения найти не получилось. В словарях пресловутая «Кузькина мать» трактуется как выражение грубой угрозы (например, у В.И. Даля: «показать кому-нибудь Кузькину мать – «наказать, сделать какое-то зло») [5].

Хрущев сам расставил все точки над «и». Все оказалось проще. Однажды, когда Хрущев был в поездке в США и снова употребил выражение «Кузькина мать», Виктор Михайлович Суходерев выразил сомнение в том, как перевести эту фразу. В этот момент Никита Сергеевич посмотрел на него и сказал: «Это же очень просто. Мы покажем вам то, чего вы никогда не видели». На самом деле, Хрущев вкладывал в это выражение совсем другой смысл. Короче говоря, Хрущев не угрожал Западу. С помощью данного

выражения он хотел сказать, что мы догоним и перегоним Соединенные Штаты. С тех пор сложностей с переводом данной фразы больше не было. Хрущеву понравилось это выражение, и он использовал его по разным поводам [5].

На приёме в польском посольстве в Москве 18 ноября 1956 года Никита Хрущёв адресовал западным послам другую фразу: «Мы вас похороним». Эта цитата была вырвана из контекста западными СМИ и произвела ужасное впечатление на граждан западных стран. На самом деле полный текст цитаты гласит: «Нравится вам или нет, но история на нашей стороне. Мы вас похороним», то есть социализм (а затем и коммунизм) более эффективен и поэтому превзойдет капитализм. Именно это имел в виду Маркс в своем знаменитом утверждении, что «пролетариат – могильщик капитализма». Благодаря обратному переводу на русский язык фраза распространилась в форме «Мы вас закопаем» [6].

12 октября 1960 года на сессии Генеральной Ассамблеи ООН в Нью-Йорке Никита Хрущев не согласился с выступающими. Когда он понял, что его выкриков с места никто не слышит, начал бить кулаками по столу и топтать ногами. Но так как пол был покрыт ковром, это не дало никакого эффекта. Тогда он снял башмак и начал стучать им по столу. Потом об этом инциденте писали газеты по всему миру [12, с. 57].

По поводу мотивации поступка Никиты Сергеевича Хрущёва было немало разночтений. В интернете можно найти фотографию Хрущева, размахивающего в зале Генассамблеи ООН ботинком. Это – фальсификация [13]. Из воспоминаний его переводчика, Виктора Михайловича Суходрева, Никиту Сергеевича Хрущёва вывел из себя испанский оратор. Пришлось так бить кулаками по столу, что часы остановились. И так ему обидно стало, что он снял ботинок и начал им стучать [12, с. 57]. Однако этот эпизод с «ботинком Хрущева» стал на долгие годы не только символом «холодной войны», но и, в каком-то смысле, жесткости советского руководства [3].

В последние годы другой политик, министр иностранных дел РФ, Сергей Викторович Лавров постоянно озадачивает переводчиков: Приведём некоторые его интересные выражения: «Хватит Западу Ваньку валять и наводить тень на плетень!», «Из-за этого у нас руки не доходили до других вещей», «Это шабаш, где Запад пестует неонацистские настроения», «Глядя на него, вспоминается хорошее выражение: не умеешь петь – не пей»!, «Что касается мячей, мы в разные игры играем: у них, может быть, там бейсбольный мяч, у нас – чижик от лапты», «Пацан сказал – пацан сделал». «Мы не таможня, чтобы давать добро». К сожалению, журналисты не всегда справляются с переводом его цитат и запутывают американцев и других иностранных подписчиков, которые начинают искать «скрытый смысл» в ярких фразах [4]. Перевод его выражений постоянно обсуждается на форумах переводчиков: в основном предлагают нейтральные переводы без отрицательной коннотации или описательный перевод. В любом случае ясно, что англоязычной аудитории в силу разного менталитета просто непонятны такие эмоциональные выражения русского языка, и задача переводчика –

донести смысл и дать качественный перевод, который в то же время не должен повредить авторитету нашей страны.

Но в СМИ также обсуждается и другой случай, когда на встрече Сергея Викторовича Лаврова с главой МИД ФРГ Анналеной Бербок переводчица главы российского МИДа заметила его ошибку и исправила её на немецком. Лавров заявил, что Россия хотела бы видеть более конструктивный диалог с Германией, однако, оговорившись, сказал про «более конструктивное состояние российско-американских отношений». Переводчица, обращаясь к Бербок, сказала, что Россия хотела бы «видеть более конструктивный диалог с новым правительством Германии» [7].

Итак, мы не переводим слова: переводчику нужно работать с содержанием, со смыслом текста и вербализовать картину мира наиболее адекватным способом, чтобы межкультурное взаимодействие и коммуникация прошли успешно.

Список литературы

1. Волны эмиграции: кто такие «русские французы» и как бороться с русофобией. – URL: <https://radiosputnik.ria.ru/20220604/1793124060.html> (дата обращения: 15.12.2023).
2. Головкова, В. А. Особенности культуры общения как отражение менталитета Великобритании (или о чем можно и нельзя говорить с британцами). Применение в педагогической практике / В. А. Головкова // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 34. – С. 272-276.
3. Гомзикова, Светлана. «Кузькина мать» была самым доходчивым аргументом в дипломатии. Ботинок Хрущева подействовал на Запад отрезвляюще / С. Гомзикова. – URL: <https://svpressa.ru/politic/article/212987/> (дата обращения: 15.12.2023).
4. Журналист не смог перевести слова Лаврова и запутал американцев. – URL: <https://ria.ru/20220128/chizhik-1770055045.html?ysclid=lltb8stio7598608902> (дата обращения: 27.08.2023).
5. Как Хрущев объяснил своему переводчику, что значит «Кузькина мать». – URL: https://dzen.ru/a/Xht77F_VXwCuOEJY (дата обращения: 15.12.2023).
6. «Мы вас похороним!» – как неверный перевод чуть не начал третью мировую войну. – URL: <https://dzen.ru/a/YLps9pMe5Sbh1jKX> (дата обращения: 15.12.2023).
7. Переводчица исправила оговорку Лаврова на встрече с главой МИД Германии. – URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/61e6c6b39a7947a6c52cd8ba?ysclid=lolssrn8c0760395186> (дата обращения: 15.12.2023).
8. Переводчица сказала Путину, что Россия воюет с Турцией. – URL: <https://info24.ru/news/perevodchik-skazal-putinu-chto-mezhdu-rossiej-i-turciej-vojna.html?ysclid=lodbt908ay566185865> (дата обращения: 15.12.2023).
9. Поспелова, О. И. Менталитет и особенности вербальной коммуникации американцев / О. И. Поспелова // Научный вестник МГИИТ. – 2010. – № 5 (7). – С. 38-41.
10. Синхронный переводчик выругался во время встречи Путина и Додика. – URL: <https://lenta.ru/news/2022/06/18/bednyaga/?ysclid=loltna3orx17540989> (дата обращения: 15.12.2023).
11. Слепнева, Я. Е. Деловой этикет в разных странах / Я. Е. Слепнева // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации : материалы Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, проводимой в рамках III Международного конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития, регионального форума предпринимательства «Свое дело – твой успех», Омск, 18 мая 2017 года. Часть 2 / под редакцией В. А. Ковалева, Б. Г. Хаирова. – Омск : Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Омский филиал :

Региональный общественный фонд «Фонд региональной стратегии развития», 2017. – С. 382-384.

12. Суходрев, В. М. Язык мой – друг мой: От Хрущева до Горбачева... / В. М. Суходрев. – Москва : АСТ, 1999. – 477 с.

13. Стучал или махал: что делал Хрущев с ботинком в ООН. – URL: https://www.gazeta.ru/science/2020/10/12_a_13315999.shtml?ysclid=lolrqkqeri60533075 (дата обращения: 15.12.2023).

14. Турецкий переводчик на встрече Путина и Эрдогана «объявил войну» России. – URL: https://by.tsargrad.tv/news/tureckij-perevodchik-na-vstreche-putina-i-jerdogana-objavil-voynu-rossii_859974?ysclid=lodb8uyayx848256538 (дата обращения: 15.12.2023).

15. Цветы с подтекстом: о чем говорит букет, который Владимир Путин подарил канцлеру Германии Ангеле Меркель. – URL: <https://www.kp.ru/daily/28320.5/4462568/> (дата обращения: 15.12.2023).

РОЛЬ ИМАГОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В КОНТЕКСТЕ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

К.И. Дагаева

Московский педагогический государственный университет,
Институт журналистики, коммуникаций и медиаобразования
e-mail: dagaevakira@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы интеграции в процесс профессионального образования журналиста ряда аспектов сравнительно новой науки – имагологии. Автор приводит комплекс компетенций, соответствующих ФГОС ВО (3++), для освоения которых представляется целесообразным введение данного направления. Обосновывается ценность имагологии для развития диалога культур.

Ключевые слова: имагология, медиаобразование, образ страны, зарубежная пресса, межкультурная коммуникация, этностереотипы, профессиональные компетенции журналиста.

THE ROLE OF IMAGOLGY IN THE FORMATION OF INTERCULTURAL COMPETENCIES IN THE CONTEXT OF JOURNALISM EDUCATION

K.I. Dagaeva

Moscow Pedagogical State University,
Institute of Journalism, Communications and Media Education
e-mail: dagaevakira@yandex.ru

Abstract. The article discusses the prospects for integrating a number of aspects of a relatively new science – imagology – into the process of professional education of a journalist. The author provides a set of competencies that correspond to the Federal State Educational Standard for Higher Education (3++), for the development of which it seems appropriate to introduce this direction. The author improves the value of imagology for the development of dialogue between cultures.

Keywords: imagology, mediaeducation, image of country, foreign press, intercultural communication, ethnic stereotypes, professional competence of journalist.

Современное состояние общества характеризуется повышенной конфликтностью в политическом, социальном и этническом аспекте. Рост международной напряженности требует от журналистов высокого уровня профессионализма, ответственности, чувства такта и эмпатии. Представители средств массовой информации не зря называются «четвертой властью». Силу их влияния на социум сложно переоценить. На этом фоне на первый план выходит вопрос подготовки профессиональных журналистских кадров.

На данный момент в Российской Федерации специальность «журналист» можно получить в 127 вузах. Все они функционируют в рамках Федеральных стандартов высшего образования третьего поколения ФГОС ВО (3++), в которых фокус был смещен с получения теоретических, фундаментальных, знаний на ряд практических аспектов. Важную категорию в компетенциях ФГОС ВО (3++) занимают навыки межкультурного взаимодействия. В рамках универсальных компетенций она отражена в УК-5: обучающийся должен быть способен «воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах» [7, с. 5]. В разделе общепрофессиональных компетенций этот аспект представлен в ОПК-5 и требует от будущего журналиста освоения навыков «учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира» [7, с. 6]. А также культурологический аспект, отраженный в ОПК-3 и определяющую способность использовать «многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов» [7, с. 6]. Освоение данных компетенций также способствует формированию навыков системного и критического мышления (УК-1) [7, с. 5].

Как правило, освоение указанных компетенций в образовательной программе по журналистике гарантируется за счет освоения базовой программы по отечественной и зарубежной литературе, характерной для общефилологического направления образования. Однако данные курсы, являясь обязательными, все же имеют достаточно поверхностный, ознакомительный, характер. В связи с чем, межкультурные компетенции осваиваются не в полном объеме.

В качестве факультатива, способствующего закреплению и развитию компетенций, направленных на развитие межкультурной коммуникации, способствующего диалогу культур, можно рассматривать имагологические мастер-классы, семинары и даже лекционные занятия. Имагология (от лат. *imago* – образ) [6, с. 31] – это сравнительно молодая наука, занимающаяся проблемами формирования образа государства и его жителей в инокультуре. Она сформировалась в рамках французской компаративистики в середине XX века под влиянием таких исследователей как П. Журда [10], Ж.М. Каррэ [9], А. Лортолари [11] и др. Отечественная имагология получила импульс к развитию в 90-х годах в

рамках культурологического [8], филологического и исторического [3] направления.

Одними из первых, в 2008 году, проблемы образов России в инокультуре в рамках учебных курсов по журналистике и связям с общественностью начали рассматривать в РУДН [1]. Имагологическая проблематика рассматривалась на занятиях в рамках направлений «история XX век», «история России», «зарубежная журналистика». Основными проблемами, рассматриваемыми на курсе, были вопросы генезиса образов «своего» и «чужого» в СМИ, особенности функционирования стереотипов в медиа, специфика формирования этностереотипов, подходы к борьбе с ксенофобией. Для практической реализации полученных навыков студентам предлагались для выполнения творческие задания. Зачетными проектами курса становились уникальные фильмы, обзоры, научные исследования [5].

Позднее вопрос значимости имагологии в системе подготовки журналистов был поднят Л.П. Ивановой в Национальном педагогическом университете им. М.П. Драгоманова [4]. На данный момент проблема привлекает к себе все больше внимания в научных и педагогических кругах. Однако, следует отметить, что основная проблема формирования межкультурных компетенций в контексте журналистского образования зиждется в разрозненности подходов к ее решению. Все вопросы «образования» относятся к непосредственно педагогической тематике. Это приводит к тому, что ряд проблем формирования и воспитания будущих журналистов решается на различных образовательных уровнях в отрыве от медиасообщества [2]. К тому же, имагология как дисциплина в отечественном поле до сих пор относится, в первую очередь, к литературоведению или истории, что существенно усложняет процесс научного обсуждения ее интеграции в журналистскую сферу.

Список литературы

1. Барабаш, В. В. Образы России в мире : учебное пособие / В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов, Е. А. Котеленец. – Москва : АИРО-XXI, 2010. – 296 с.
2. Жилавская, И. В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования / И. В. Жилавская // Медиаскоп. – 2008. – № 2. – С. 4-15.
3. Журавлева, В. И. Проблемы политической и социальной жизни России конца XIX века в общественном мнении США : специальность 07.00.02 «Отечественная история» : дис. ... канд. ист. наук / Журавлева Виктория Ивановна ; РГГУ. – Москва, 1992. – 195 с.
4. Иванова, Л. П. О целесообразности спецкурса по лингвоимагологии в системе подготовки филолога и журналиста / Л. П. Иванова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2014. – Vol. 27 (66). – № 1-1. – С. 182-187.
5. Котеленец, Е. А. Фильмы студентов / Е. А. Котеленец. – URL: <http://kotelenaff.ru/> (дата обращения: 20.01.2024).
6. Папилова, Е. В. Имагология как гуманитарная дисциплина / Е. В. Папилова // Rhema. Рема. – 2011. – № 4. – С. 31-40.

7. Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. № 524 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика». – URL: https://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/420302_B_3_15062021.pdf (дата обращения: 20.01.2024).
8. Ужегова, З. А. Образ «новой» России на Западе: По материалам американской и британской прессы : специальность 24.00.02 «Историческая культурология» : дис. ... канд. культурологии / Ужегова Зарина Асурбековна ; МГУ. – Москва, 1999. – 228 с.
9. Carré, J. M. Les écrivains français et le mirage allemand / J. M. Carré. – Paris : Boivin, 1947. – 223 p.
10. Jourda, P. L'exotisme dans la littérature française depuis Chateaubriand. Le romantisme / P. Jourda. – Paris : Boivin, 1938. – 210 p.
11. Lortholary, A. Le Mirage Russe En France Au XVIIIe Siecle / A. Lortholary. – Paris : Librairie Philosophique J. Vrin, 1951. – 412 p.

ИСТОРИЯ ГЕРМАНИИ КАК ГОСУДАРСТВА И ЕЕ КУЛЬТУРЫ

Н.В. Киреева, Е.Н. Коренева
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: kireymn@mail.ru

Аннотация. В настоящей статье рассматривается история становления современной Германии, стадии ее развития, формирование ее культуры, а также роль религии на различных этапах развития немецкого народа. С точки зрения автора, в IX веке н.э. немецкое национальное государство еще не было основано, но у его жителей пробудилось чувство единения, которое отразилось в общей культуре, религиозных практиках и обычаях. Общий немецкий язык был зарегистрирован в VIII веке. История Германии как государства начинается в 1949 году после окончания Второй мировой войны, когда была основана Федеративная Республика Германия.

Ключевые слова: воссоединение, конфедерация государств, империя, родовые герцогства, прусские реформы, теологические школы, культура.

THE HISTORY OF GERMANY AS A STATE AND HER CULTURE

N.V. Kireeva, E.N. Koreneva
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: kireymn@mail.ru

Abstract. This article examines the history of the formation of modern Germany, the stages of its development, the formation of its culture, as well as the role of religion at various stages of the development of the German people. From the author's point of view, in the IX century A.D., the German national state had not yet been founded, but its inhabitants awakened a sense of unity, which was reflected in the common culture, religious practices and customs. The common German language was registered in the 8th century. The history of Germany as a state begins in 1949 after the end of World War II, when the Federal Republic of Germany was founded.

Keywords: reunification, confederation of states, empire, ancestral duchies, Prussian reforms, theological schools, culture.

Слово «die Deutschen» обозначает просто «народ». Слово «die Germanen» пришло из латинского языка и означает «родственники». О немецком народе и его истории говорят с тех пор, как империя Карла Великого (768–814) была поделена между его внуками. Немцы входили в состав различных древних племен, германцы – в состав одного из самых многочисленных племен. Около 900 года в Германии образовалось пять самостоятельных родовых герцогств: Бавария, Швабия, Франкия, Лотарингия и Саксония. Они были объединены Отто I в 962 году.

Битва при Варе (IX веке н.э.) считается рождением немецкой истории, когда германские народы, под предводительством Арминия, разгромили римскую армию и отобрали части Германии из-под римского контроля.

В то время немецкое национальное государство не было основано, но пробудилось чувство единения, которое отразилось в общей культуре, религиозных практиках и обычаях. Общий немецкий язык был зарегистрирован с VIII века.

С созданием Римско-Германской империи или Священной Римской империи немецкой нации впервые было основано государство, находившееся под руководством Германии. Основателем империи был Оттон I Великий, взошедший на престол как первый римско-германский император в 962 году. Однако Священная Римская империя никогда не была национальным государством немцев, а скорее большой империей или конфедерацией государств со многими народами.

Тем не менее, этот союз просуществовал восемь столетий. И только в результате коалиционных войн (1792–1815 гг.), возглавляемых Наполеоном Бонапартом, Римско-Германская империя становилась все более слабой. Отдельные государства затем отделились от империи и по инициативе французского императора Бонапарта основали Рейнскую конфедерацию. С этого момента Французская империя должна была стать защитной державой Европы и отдельных немецких государств. Срок действия Священной Римской империи истек 6 августа 1806 года.

Пруссия, государство на территории Германии, стала главной немецкой державой в Европе с 1806 года. Прусские реформы превратили Пруссию из аграрного государства в индустриальное и из корпоративного государства в национальное государство. В битве при Лейпциге (1813 г.) союз русских, шведов, Пруссии и Австрии разбил войска Наполеона Бонапарта, в результате чего Рейнская конфедерация распалась, а Наполеон ушел с территории Германии.

Между падением Священной Римской империи в 1806 году и основанием империи Отто фон Бисмарком в 1871 году на территории Германии существовало так называемое маленькое государство со множеством отдельных государств, которые поддерживали границы друг с другом и использовали разные деньги и разные единицы измерения.

«Песня о немцах», которая сейчас является национальным гимном Германии, была написана в 1841 году Генрихом Гофманом фон Фаллерслебеном, который оплакивал положение малых государств. В песне

он призывает Германию к единству, справедливости и свободе немецкого отечества. Немецкий писатель и поэт Генрих Гейне также оплакивал период Реставрации Германии в своей работе «Германия, зимняя сказка», опубликованной в 1844 году.

Всего в Германии было три империи: с 962 по 1806 годы – Первый Рейх, основанный Отто I, он пал с поражением Пруссии в войне против Наполеона I; с 1871 по 1918 годы – Второй Рейх, основанный Бисмарком; с 1933 по 1945 годы – Третий Рейх, время Гитлера. С 1918 по 1933 годы – время Веймарской республики с демократически-парламентаристской конституцией.

Мировой экономический кризис с 1929 года разрушил немецкую экономику и привел к массовой безработице. Рейхспрезидент Гинденбург в 1933 году назначил рейхсканцлером Адольфа Гитлера, вождя национал-социалистов. Его внутренняя политика в первые годы и в начале периода вооружения устранила безработицу и принесла экономическое улучшение.

Настроения перед началом Первой мировой войны в Германской империи и Австро-Венгрии сильно отличались от настроений в большинстве других стран, что было результатом событий, происходивших на протяжении десятилетий. Стремление к увеличению территории и престижу, а также к переменам сыграло решающую роль.

В 1939 году Гитлер начал Вторую мировую войну. Меньше, чем за два года гитлеровская Германия завоевала почти всю Европу. Однако его наступление на Россию до Москвы не принесло результатов.

Немецкие войска потерпели под Москвой большое поражение, а зимой 1942/43 годов – решающее поражение под Сталинградом. Немецкие войска оттеснялись все дальше на востоке, юг и запад. В 1945 году Германия была завоевана и 9 мая вынуждена была капитулировать, это был конец Третьего Рейха.

После капитуляции Германия была разрушенной страной. Каждая из держав-победителей, США, Англия, Франция и Советский Союз, получила в управление часть Германии как оккупационную зону.

В 1949 году из оккупационных зон трех мировых держав, то есть из Западной Германии, была образована Федеративная Республика Германия. Как ответ на возникновение ФРГ в 1949 году на территории советской оккупационной зоны в Восточной Германии была основана ГДР. Отношения между обоими немецкими государствами были очень напряженными, можно сказать, враждебными.

В течение сорока одного года рядом существовали два немецких государства. Конституция и политический строй обоих государств были разными. 3 октября 1990 года ГДР объединилась с Федеративной Республикой.

На территории ГДР образовалось пять новых федеральных земель: Тюрингия, Саксония, Бранденбург, Саксония-Ангальт и Мекленбург-Передняя Померания. Восточный и Западный Берлин объединились и образовали федеральную землю Берлин. Столицей объединенной Германии

после длительных дебатов стал город Берлин. 3 октября – День немецкого единства, национальный праздник Федеративной Республики Германии.

От отмены Закона об иезуитах до конца Третьего рейха произошли существенные изменения. Период с 1917 по 1945 год был для Ордена иезуитов в Германии периодом быстрого роста: основание новых филиалов, восстановление или перенос учреждений (школ, колледжей) и разнообразных пастырских нововведений. Новые богословские, духовные и пастырские подходы, стремящиеся соприкоснуться с чувствами нового поколения и преодолеть апологетический оборонительный менталитет, нашли отклик у многих иезуитов, но также вызвали сопротивление и опасения, особенно со стороны руководства ордена под руководством генерал-настоятеля Влодимира Ледоховского (1866–1942), который был не согласен с традиционными методами пастырского служения и церковными парадигмами.

Споры вокруг Союза Новой Германии, литургического движения или курса «Голосов времени» в этом отношении показательны. В конце концов, период Третьего рейха до сих пор исследовался для Ордена иезуитов преимущественно в контексте «сопротивления» (и здесь речь идет о нескольких выдающихся личностях). Однако в последнее время возникли и новые вопросы, например, о роли отдельных иезуитов в качестве солдат во второй мировой войне. Споры вокруг Союза Новой Германии, литургического движения или курса «Голосов времени» в этом отношении показательны.

Классический антиэсуитизм после первой мировой войны нашел свое наиболее выраженное и крайнее проявление у правых фелькишеров. Но наряду с этим, существовал и скрытый (внутренний) католический антиэсуитизм. Как с этим бороться, обсуждалось на провинциальном съезде Южной провинции в Пуллахе в июле 1930 года. В соответствии с просьбой, исходящей оттуда, генерал Ордена издал директиву с письмом, содержание которого касалось иезуитов.

Рассмотрим положение иезуитов как солдат Вермахта. В общей сложности 537 иезуитов из немецких провинций были призваны в Вермахт во время второй мировой войны. В последнее время было отмечено, что традиционное отношение солдат-иезуитов к необходимости в первую очередь защищать отечество, когда есть сомнения, в сочетании, например, с менталитетом католического молодежного движения, могло привести к проблематичной военной легитимации.

Из коллекции около 2600 писем полевой почты солдат-иезуитов немецких провинций представлено письмо отца Карла Эннена (1909–1979), в котором, среди прочего, сообщается об обстоятельствах смерти схоласта Карла Керинга (1915–1942), погибшего 8 января 1942 года в русском Троицком и положение иезуитов на полях битвы, отношение к ним верховной власти.

Период после второй мировой войны разделен на две части «эпохальным годом» 1965 года, когда был завершен второй Ватиканский собор и начались потрясения в Ордене.

Первые два десятилетия, с 1945 по 1965 годы, были периодом послевоенного и нацистского возрождения. В плане духовной заботы они стояли на линии продолжения и развития прежних сфер деятельности и методов, уделяя особое внимание формированию мирской элиты, как среди рабочих, так и среди молодежи, а также в студенческой и академической среде.

Последующие переломные моменты наметились еще в десятилетия, предшествовавшие Собору, во внутренней религиозной дисциплине и ее принятии молодым поколением. Многие из того, что ранее не подвергалось сомнению, теперь уже не принималось с готовностью, вызывало дух протеста и несогласия.

Период с 1965 по 1983 годы характеризовался усиливающимся кризисом, потрясениями и экспериментами, а также началом стабилизации религиозного образования, его менталитета и структуры. Доминирующие до сих пор формы пастырской заботы, частично закрепленные в образе церкви эпохи пианиста, теперь претерпели глубокие изменения, с новыми духовными акцентами, исходящими, прежде всего, от ретритов и их нового понимания. На смену твердому соблюдению правил во внутренней религиозной жизни и в апостольстве пришла динамика «волхвования» уединений.

Вторая мировая война и последующее политическое развитие больше всего затронули восточно-германскую провинцию, которая потеряла все свои силезские филиалы, а также филиалы в Восточной Пруссии. Территория провинции теперь была ограничена Центральной Германией и разделенным Берлином.

Провинция Нижняя Германия окончательно отказывается от домов в Валкенбурге / Нидерланды и Херенберге / Нидерланды. Швейцария с двумя домами в Фельдкирхе / Форарльберге была отделена от провинции Верхняя Германия в 1947 году как независимая вице-провинция (провинция 1983 года).

Строительство Берлинской стены 13 августа 1961 года завершает изоляцию частей Восточной провинции, расположенных на территории ГДР или в Восточном Берлине. Впоследствии для этого будет создан отдельный центрально-германский регион с региональным верховным советом.

8 декабря 1965 года заканчивается Второй Ватиканский собор, на котором присутствовали многочисленные иезуиты из немецких провинций в качестве официальных соборных богословов (перити) или частных советников отдельных епископов: Алоис Гриллмайер, Йоханнес Хиршманн, Карл Ранер, Отто Земмельрот и Фридрих Вульф.

Августин Беа, как отец Собора, был одной из формирующих фигур Ирландской ассамблеи. В 1965 году общее число иезуитов во всем мире

достигло своего пика – чуть более 36 000 человек – с тех пор оно неуклонно начало сокращаться.

Импульс Второго Ватиканского Собора был подхвачен 31 Генеральной Конгрегацией Общества Иисуса (1965/66) – первой попыткой сделать ее плодотворной для Ордена – и еще более усилен на 32 Генеральной конгрегации (1974/75), в частности, Декретом «Вера и справедливость».

С 1 января 1978 года Восточно-германская провинция объединена с Нижне-немецкой провинцией в Северо-германскую провинцию. Избрание Ханса-Петера Кольвенбаха генеральным настоятелем 33 Генеральной Конгрегации положило конец первому периоду после собора.

Период консолидации приходит на смену постсоборным переменам, и спадам. Важной задачей в 1945 году было быстрое восстановление, воссоздание упорядоченных учебных домов.

Критическим вопросом при этом был вопрос о месте изучения теологии для схоластов нижненемецкой провинции. Архиепископ Падерборна Лоренц Йегер указал тогда на бывший иезуитский колледж в Бюрене/Вестф.

В своем письме провинциал Флосдорф защищает перед провинциалом провинции Верхняя Германия свое решение открыть собственную теологическую школу в Бюрене вместо того, чтобы отправлять своих схоластов в Пуллах, недалеко от Мюнхена [2].

Когда в 1960 году во Франкфурте остро встал вопрос об уходе из пасторской опеки, консультант консультативного органа главы дома Игнатия выступил за сохранение этого апостольства. Если до сих пор Орден принимал это решение только периодически и в качестве временного решения, чтобы закрепиться в определенных местах, то теперь пастырское служение считалось существенным подспорьем для остальной работы Ордена.

Иезуиты в споре мнений: Отец Йоханнес Леппих Отец Йоханнес Леппих (1915-1992) был самым известным немецким иезуитом в 1950–х годах, который добился успеха, используя необычные методы пастырского ухода – например, проповедник на Репербане в Гамбурге – но также вызвал возражения и противостояние.

Вице-губернатор Маньера в открытом письме заявителю признает неуклюжесть Леппиха, но защищает использование необычных средств только в исключительной ситуации, в которой Церковь находится в современном мире [4].

В истории немецкой культуры [1, с. 143] отмечается неочевидное объяснение, зачем нужны эти совершенно правильные, хотя и не новые, интерпретации великой основы религиозных движений. Но эта непоследовательность в осуществлении первоначального плана оправдывает историческое понимание: объяснение должно остановиться именно перед личностью Иисуса.

Георг Штайнхаузен пишет здесь: «Я неоднократно выступал против требования создания науки общей истории культуры» [3]. Автор отмечает,

что это особенно актуально в период, когда литература приобрела широкий размах, что даже специалисту в своей области становится трудно справиться с ней в полной мере. И появилось достаточно книг, которые привели практические доказательства правильности отказа от этого требования.

Однако, в работе Штайнхаузена, которая будет представлена здесь, есть иллюстрация, которая, вероятно, могла бы побудить нас пересмотреть этот вопрос заново. Несомненно, это серьезная книга. Возможно, из всех авторов, написавших общую историю культуры, этот автор сделал самый широкий обзор современной литературы, которая известна повсюду.

Он отказывается оперировать теорией закономерного развития в стиле других историков культуры, стремящихся к обобщению суждений путем индивидуального наблюдения. Если немцы охотно подчеркивают эти особенности книги и соответственно охотно признают, что в ней много прекрасного, то, с другой стороны, они считают необходимым констатировать, что и это изложение, в свою очередь, служит доказательством того, что наука об общей истории культуры невозможна и что также нецелесообразно создавать общую историю культуры. Целесообразно рассматривать саму историю культуры только одного народа. Этот вопрос и сегодня является спорным и дискуссионным.

Итак, Германская империя, основанная в 1871 году, оставалась таковой до конца первой мировой войны (1918 год). После 1918 года и до прихода к власти национал-социалистов (1933 год) Германия называлась Веймарской республикой. Между 1933 и 1938 годами существовал Германский Рейх, который был провозглашен Великим Германским Рейхом посредством аннексии Австрии (1938 год), позднее ставший Третьим Рейхом, с целью создания тысячелетнего Рейха.

После окончания Второй мировой войны (1945 г.) Германская империя была разделена между державами-победительницами, и государство утратило свой суверенитет. Лишь в 1949 году два немецких государства, ФРГ и ГДР, были основаны на территории бывшего Германского Рейха и управлялись суверенно. В 1990 году два государства были воссоединены, и ГДР присоединилась к Федеративной Республике Германия.

Историю Германии с 1914 года можно представить следующим образом:

– 1914: Начало первой мировой войны.

– 1918: Завершается первая мировая война. Эльзас-Лотарингия отошла к Франции. Северный Шлезвиг возвращается в Данию. Позен, части Силезии и Западной Пруссии отошли к Польше. Мемельская территория отходит к Литве.

– 1939: Начало второй мировой войны. Германия отвоевывает все уступленные территории.

– 1945: Вторая мировая война заканчивается. Восточная Пруссия разделена между Польшей и Россией (Калининградский анклав). Все остальные немецкие территории к востоку от линии Одер-Нейсе отходят к

Польше: Померания, Западная Пруссия, Бранденбург-Ноймарк и Силезия переходят под управление Польши.

– 1949: Основаны Федеративная Республика Германия (май) и Германская Демократическая Республика (октябрь).

– 1990: Воссоединение Германии. Признание границы Одер-Нейсе Федеративной Республикой Германия.

Для каждого исторического периода развития Германии характерны подъемы и спады в развитии культуры. Безусловно, это было обусловлено политикой правящих кругов, традициями и религиозными посылами каждого этапа развития общества.

Список литературы

1. Штайнхаузен, Георг. История немецкой культуры / Георг Штайнхаузен. – Вена : Библиографический институт, 1904. – 747 с.

2. Письмо провинциала Вильгельма Флосдорфа провинциалу Францу Ксаверу Мюллеру. – Кельн, 20 августа 1945 г. – URL: <https://studfile.net/preview/4649624/page:11/> (дата обращения: 12.01.2023).

3. Georg Steinhausen. Archiv fur KulturGeschichte. – URL: https://archive.org/details/bub_gb_I9IMAAAIAAJ/page/n3/mode/2up (дата обращения: 13.01.2024).

4. Protokoll des Hauskonsults im Ignatiushaus, Frankfurt/Main, 25. August 1960; Typoskript (Durchschlag); 2 Seiten. ADPSJ, Abt. 251–125, Nr. 1873,2, Bl. 268 f. – URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1705137606&tld=ru&lang=de&name=DeutscheJesuiten_web.pdf&text (дата обращения: 12.01.2023).

РЕАЛИИ РОССИЙСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕВОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

С.В. Колтунова, А.П. Сороцкая

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: svkoltunova85@yandex.ru

e-mail: nasti-p@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена выявлению реалий, описывающих образовательный процесс в российском вузе. Дается краткая характеристика лингвистическому явлению «реалия» и приводится ее классификация. Рассматриваются способы перевода, используемые для передачи смысла реалий на английский язык. Анализируются реалии российского образовательного пространства и предпринимается попытка их перевода на английский язык. Подчеркивается, что реалии как сложное лингвистическое явление требуют дальнейшего изучения.

Ключевые слова: иностранные языки, российская система образования, английский язык, перевод, реалия.

REALITIES OF THE RUSSIAN EDUCATIONAL ENVIRONMENT AND WAYS OF TRANSLATING THEM INTO ENGLISH

S.V. Koltunova, A.P. Sorotskaya
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: svkoltunova85@yandex.ru
e-mail: nasti-p@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the identification of realia describing the educational process in the Russian higher education institution. The article briefly characterizes the linguistic phenomenon «reality» and gives its classification. The ways of translation used to transfer the meaning of realia into English are considered. The article analyzes the realities of the Russian educational space and attempts to translate them into English. It is emphasized that realia as a complex linguistic phenomenon requires further study.

Keywords: foreign languages, Russian system of education, English, translation, reality.

Бесспорно, что культура каждого народа по-своему уникальна и неповторима. Она хранит в себе огромное количество разных явлений и предметов, фактов и событий, свойственных одной национальной общности и чуждых другой. Особенности жизни того или иногда народа, связанные с его историко-географическим, социально-политическим, научным и духовным потенциалом, получают свое отражение в языке как важнейшем показателе культуры любого народа. В этом вопросе совершенно справедливо высказывание отечественного ученого С.Г. Тер-Минасовой о том, что «язык – зеркало культуры, в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира» [6]. Тесная связь языка и культуры дает нам возможность обратить внимание на такие уникальные культурные явления, которые в лингвистической теории получили наименование «реалии». Особый интерес вызывают реалии в переводческой практике, поскольку создают существенные трудности при переводе с одного языка на другой.

В связи с тем, что в нашей стране огромное внимание уделяется образованию, представляется необходимым рассмотреть реалии российской системы образования применительно к высшей школе и дать возможные варианты их перевода на английский язык. Кроме того, умение объяснить русские реалии на английском языке будет полезно для русскоговорящих обучающихся, поскольку, с одной стороны, данная практика хорошо развивает их разговорную речь, а с другой, знание английской интерпретации русских реалий поможет при общении с иностранными студентами на темы образования в качестве профорientационной работы. Прежде чем приступить к изучению реалий российской образовательной среды, рассмотрим подробнее сущность понятия «реалия».

Термин «реалия» происходит от латинского прилагательного *realis*, что в переводе на русский язык означает «вещественный», «действительный».

Впервые данный термин был использован в 30-е гг. XX в. в трудах болгарских лингвистов С. Влахова и С. Флорина и имел следующее определение: «реалии – это слова, называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому; будучи носителями национального и/или исторического колорита они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, а, следовательно, не поддаются переводу на общих основаниях, требуя особого подхода» [4, с. 47].

С того времени лингвистика накопила достаточно богатый опыт относительно данного явления, однако на сегодняшний день не существует однозначного ответа ни на один вопрос, касающийся описания реалий. Так, расходятся мнения лингвистов о терминологии, связанной с реалиями. Наряду с реалиями используются такие понятия, как безэквивалентная лексика (введена Е.М. Верещагиным и В.Г. Костомаровым), лакуны (И.И. Ревзиным, В.Ю. Розенцвейгом), варваризмы (А.А. Реформатским), экзотизмы (А.В. Калинин), этнокультурная лексика (Л.А. Шейманом), ксенизмы (Р.И. Кусовой), алиенизмы (В.П. Берковым). И это далеко не полный перечень возможных наименований лексики, описывающей такие явления и понятия, которые свойственны одному народу и чуждые другим.

Помимо проблемы терминологии, ведутся споры относительно определения реалий. В «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой реалии представлены как «разнообразные факторы, изучаемые внешней лингвистикой с точки зрения их отражения в языке, а также предметы материальной культуры» [1]. Л.С. Бархударов под реалиями понимает «слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке» [2, с. 95]. В.С. Виноградов трактует реалии как слова, которые описывают различные факты, относящиеся к истории и устройству государства, предметам материальной культуры, а также географические и этнографические названия и другие [3, с. 37]. Как видим, многими учеными предпринимались попытки дать точную дефиницию данному понятию, при этом, в своих определениях они, в основном, руководствовались двумя критериями: переводческим и страноведческим.

Не менее спорным является вопрос о классификации реалий. Основоположники изучения реалий С. Влахов и С. Флорин предлагают делить реалии по трем критериям: предметному, местному и временному. В рамках предметного деления выделяются географические, этнографические и общественно-политические реалии. Исходя из местного признака, реалии рассматриваются с двух позиций: 1) в пределах одного языка (свои, т.е. национальные, локальные, микрореалии, и чужие, т.е. интернациональные и региональные), 2) в пределах двух языков (внутренние и внешние). По временному признаку реалии делятся на современные и исторические [4].

Анализ имеющихся классификаций реалий указывает на то, что в их основе, как правило, лежит тематический признак. Одна из подробных

классификаций была предложена В.С. Виноградовым, который выделяет шесть тематических групп: 1) бытовые; 2) этнографические и мифологические; 3) реалии мира природы; 4) реалии государственно-административного устройства и общественной жизни; 5) ономастические; б) ассоциативные.

Особый интерес для нашего исследования представляет собой классификация Г.Д. Томахина, исследователя американских реалий, который в отдельную группу выделяет реалии системы образования, религии и культуры, при этом, система образования у него разделяется на школьное образование и высшее образование [7]. Связано это с тем, что между школьным и высшим образованием, в том числе и в нашей стране, имеются существенные различия, начиная от наименования учебных предметов и заканчивая организацией учебного процесса.

Как известно, еще одна сложность изучения реалий заключается в проблеме перевода реалий на другой язык. С этой проблемой сталкиваются как опытные, так и начинающие переводчики. Объясняется это тем, что для каждой реалий не существует единственно правильного варианта перевода, в каждом конкретном случае, в зависимости от разных лингвистических и экстралингвистических факторов, переводчику приходится искать свое решение. Именно этот факт и делает перевод реалий, с одной стороны, сложным, а с другой, удивительно увлекательным творческим процессом.

В переводоведении выделяют следующие способы перевода русских реалий:

- транскрипция (передача на уровне фонем, например, зачёт – *zachot*);
- транслитерация (передача реалий на графическом уровне, например, куратор – *curator*, субботник – *subbotnik*);
- калькирование (буквальный перевод, например, педагогический институт – *Pedagogical Institute*);
- создание полукалек (часть словосочетания сохраняется из языка оригинала, а часть – из языка перевода, например, зачётная книжка – *Record book*);
- гипонимический перевод (видовое понятие заменяется родовым, например, субботник – *clean-up/ cleaning*);
- описательный перевод (объяснение реалии с помощью других слов, например, субботник – *neighbourhood clean-up / voluntary community work*);
- семантический неологизм (смысл передается условно новым словом, например, курсовая – *the project*) [5, с. 27-28].

В ходе исследования нами было проанализировано порядка 150 реалий, относящихся к описанию системы высшего образования в российском вузе. При переводе этих реалий мы также руководствовались известной работой зарубежных ученых Дж. Пови и И. Уолш, работавших в нашей системе образования как носители английского языка, под названием “*An English Teacher’s Handbook of Educational Terms*” (1982). Для удобства описания

данные реалии можно условно разделить на тематические группы, сопроводив каждую реалию переводом на английский язык: 1) реалии организационно-административного характера; 2) реалии учебного процесса; 3) реалии для описания участников учебного процесса; 4) реалии для описания документов участников учебного процесса; 5) реалии для описания зданий и помещений вуза.

Среди тех реалий, которые составляют первую группу, можно выделить следующие: контрольная точка (control point), аттестация (attestation, evaluation, assessment), зачетная неделя (a credit week, preliminary examination), сессия (credit week, exam period, exams), учиться бесплатно (to study for free), учиться платно (to pay college, to pay for the studies, to study on a paid basis.), студент-бесплатник / бюджетник (a government-subsidized student, a funded student, a student who studies for free), студент-платник (a payer, a student who pays for his studies).

Ко второй группе относятся такие реалии, как опрос (an oral test), контрольная работа (a (written) test), зачёт (an end-of-term test, a final test, a credit, a pass-fail test, zachot), поставить зачёт (to pass someone, to give smb a pass, to give a credit (zachot)), выставить зачёт в зачётную книжку (to sign a record book), не поставить зачёт (to fail smb), зачёт с оценкой (a grading test), поставить/получить зачёт/экзамен автоматом (to get/ to be exempted from), сдать зачёт (complete a credit, pass a test / zachot), перезачёт (transfer credit), отпроситься с пар (ask to miss the class), снять студентов с пар по приказу (release students by order), отсутствовать по приказу (be absent by order), отсутствовать по заявлению (be absent on request), перевестись (to transfer), окно (a free period, a gap), кураторский час (a group period), большая перемена (the lunch/long break), сообщение (a talk (to give a talk on/ to prepare a talk on)), реферат (an essay, a paper), курсовая работа (the (second) year essay, the project, the yearly project), дипломная работа (the final work, the thesis, the graduate work, the diploma work, the project), защита диплома ((to present) the defense of diploma), предзащита ((to get) preliminary approval, proposal defense), проходить практику (to be on practice, to have practice, to do practice), не аттестован (fail), не зачтено (fail), не допущен к сессии (ineligible, not allowed to take the exams), субботник (clean-up/ subbotnik/community cleaning), государственный экзамен (final / degree examination), вступительные экзамены (entrance examination), повышенная стипендия (the increased stipend, the increased scholarship), исправить оценку (to get the grade up, to improve the grade), выставлять оценки (to grade, to do marking, to do grading), справка (the doctor's note, a medical certificate).

Третья группа охватывает такие реалии, как профессорско-преподавательский состав (academic staff, higher-education teaching personnel), проректор (pro-rector, vice-rector), куратор (tutor, mentor, instructor, adviser, facilitator), староста (monitor, group leader, prefect, starosta), ассистент (assistant professor), преподаватель (reader, lecturer, academician), старший преподаватель (senior lecturer), доцент (associate professor), профессор (professor), аспирант (research student, postgraduate, post-degree student,

aspirant), группа (group), методист (registrar), декан (dean), замдекана (deputy dean), заведующий кафедрой (head of department, head of chair), кандидат наук (candidate of sciences), ученый совет (academic board), обучающийся (student).

Четвёртая группа содержит такие реалии, как пропуск (a pass), зачётная книжка ((students') record book), студенческий билет (student ID (card)), аттестационный лист (attestation sheet, assessment form, evaluation form), журнал (register (book)), экзаменационная ведомость (exam form, grading form, exam record), хвостовка (an individual exam / credit paper), индивидуальный план работы преподавателя (academician's personal curriculum), выпускная квалификационная работа (final qualifying paper, graduation thesis).

Пятая группа состоит из следующих реалий: большой зал / актовый зал (the Great Hall, the auditorium), малый зал (the small hall), столовая (a refectory, a dining room), переход (the link, the passage way), буфет (a snack bar, a coffee bar, a buffet (реже)), главный корпус (the main building), общежитии (hall, a dormitory, a dorm, students' residence), лекционная аудитория (a lecture theatre).

Как видим, при переводе реалий российского образовательного пространства мы прибегали, в основном, к таким способам перевода, как калькирование и описание. Это обусловлено общей практикой переводчиков, занимающихся изучением русских реалий. Кроме того, в значительно меньшей степени нами применялись и другие способы перевода.

Стоит отметить, что обучающиеся в России иностранные студенты практически в ста процентах случаев довольно быстро осваивают наши «реалии» и после того, как им становится понятен их смысл, они предпочитают употреблять реалии по-русски, даже при разговоре на родном языке. Это подтверждает мысль о том, что в языках существуют слова, в полной мере раскрывающие своё значение только оставаясь «непереведёнными», например, борщ, матрёшка, пельмени, шашлыки, валенки, зачёт, курсовая, реферат и многие другие.

Итак, как показало наше исследование, тема изучения реалий российской образовательной среды удивительно интересна и многогранна. Отсутствие единого мнения о терминологическом аппарате, определении, классификации реалий свидетельствует о продолжающемся процессе осмысления данного лингвистического явления. Проанализированные нами реалии российской системы образования применительно к высшей школе и предложенные варианты их перевода, с одной стороны, указывают на богатый лексический пласт по теме высшего образования, а с другой, подтверждают существующий в теории перевода постулат о том, что в любом языке нет ничего непереводаемого.

Список литературы

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Москва : Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.

2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – Москва : Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение / В. С. Виноградов. – Москва : Изд-во института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
4. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – Москва : Международные отношения, 1980. – 352 с.
5. Илюшкина, М. Ю. Теория перевода : основные понятия и проблемы / М. Ю. Илюшкина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 84 с.
6. Тер-Минасова, С. Г. К вопросу о норме в языке и культуре / С. Г. Тер-Минасова. – URL: <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubMinas.html> (дата обращения: 25.12.2023).
7. Томахин, Г. Д. Реалии-американизмы : пособие по страноведению / Г. Д. Томахин. – Москва : Высшая школа, 1988. – 238 с.
8. Povey, J. An English Teacher's Handbook of Educational Terms / J. Povey, I. Walshe. – Москва : Высшая школа, 1982. – 238 с.

ИСТОРИЯ ЭВОЛЮЦИИ ИСКУССТВА

Е.Н. Коренева, М.Н. Киреев, Н.В. Киреева
 Белгородский государственный институт искусств и культуры
 e-mail: korenevaen@yandex.ru

Аннотация. Представленный в настоящей статье материал позволяет сделать вывод о том, что искусство является частью всех культур и обществ, оно находится в постоянной трансформации, потому что творчество человека динамично, изменчиво и меняется в разные времена и эпохи. Эта характеристика делает его уникальным, поэтому оно не может быть повторенным и носит субъективный характер, потому что художник интерпретирует и представляет мир в соответствии со своей собственной точкой зрения. Авторы проводят экскурс в периоды зарождения и развития искусства разных народов, отмечают специфические особенности каждого исторического периода и его влияния на творческую основу существующего в этот период искусства.

Ключевые слова: искусство, неоклассическое искусство, культура, самовыражение, палеолит, мезолит, неолит, византийское искусство, египетское искусство, Рим.

THE HISTORY OF THE EVOLUTION OF ART

E.N. Koreneva, M.N. Kireev, N.V. Kireeva
 Belgorod State University of Arts and Culture
 e-mail: korenevaen@yandex.ru

Abstract. The material presented in this article allows us to conclude that art is a part of all cultures and societies, it is in constant transformation, because human creativity is dynamic, changeable and changes at different times and epochs. This characteristic makes it unique, so it cannot be repeated and is subjective, because the artist interprets and presents the world according to his own point of view. The authors conduct an excursion into the periods of the origin and development of art of different peoples, note the specific features of each historical period and its influence on the creative basis of the art existing in this period.

Keywords: art, neoclassical art, culture, self-expression, Paleolithic, Mesolithic, Neolithic, Byzantine art, Egyptian art, Rome.

У искусства есть несколько определений, наиболее широким из которых является понимание искусства как способа выражения творческого характера, который является частью человека. Именно искусство является инструментом, которым обладает человек, чтобы выражать свои чувства, эмоции, способ взгляда на жизнь, восприятия своего опыта и своих отношений с окружающей средой.

С течением времени искусство становилось частью мира. Именно благодаря искусству мы можем признать наши различия, культурное разнообразие, сходство, а также исторически обоснованное взаимовлияние разных культур друг на друга, что, обязательно отражается и на искусстве.

Существует множество форм, в которых искусство проявляется в мире. В древние времена было мало направлений творческой деятельности человека и собственно произведений искусства. С течением времени этот диапазон был заметно расширен, а в искусство включены различные техники и формы.

С развитием технологий были разработаны новые формы искусства, и, несмотря на то, что существуют разногласия по поводу определения современного искусства, оно остается творческим выражением человеческой сущности. В разнообразии художественных дисциплин художники могут выражать то, что они чувствуют, используя бесконечное количество ресурсов, форм и техник, что делает искусство одним из важнейших компонентов культуры.

Если мы используем этимологическое описание слова «искусство», то оно происходит от латинского *ars, artis* и от греческого *τέχνη* или *technē*, что означает «техника». Такое понимание термина «искусство» позволяет относить его и к ремеслам, таким как, например, кузнечное дело.

Также слово «искусство» используется для обозначения всех ручных процессов, в которых используются определенные правила или методы, которые направлены на достижение удовольствия или восторга.

Самые ранние известные художественные изображения относятся к доисторическим временам, в которых можно выделить различные этапы, которые называются каменным веком. Благодаря художественному выражению творцов, живших в те времена, можно проследить эволюцию искусства, определить его эволюционные периоды, начиная с тех пор, как мы узнали о существовании человека на земле, примерно до трех тысяч лет до нашей эры.

Мы рассматриваем искусство как форму самовыражения, которая сохраняется с течением времени. Художественное самовыражение питает историю искусства и, следовательно, историю человечества, не зависимо от существующего различия культур, языков, рас или полов. Это самый универсальный способ общения, созданный человеком. Искусство – это постоянное стремление к красоте, которой восхищается каждый, кто хочет ее созерцать, окунуться в историю развития того или иного народа, познать мировую культуру в целом.

Возможно, что большинство людей видят искусство в простом и декоративном свете, но на самом деле искусство имеет очень большое значение в развитии человека и обществ. С помощью искусства мы смогли задокументировать историю цивилизаций, которых мы никогда не видели. Это позволяет нам узнать о различных обществах, культурах, обычаях, идентичности племен и сообществ. Это способ передать ценности и познать мир.

Искусство – это свидетельство нашего существования как человечества. Учитывая важность и значимость искусства как такового, с целью его изучения и получения системных знаний в области его эволюции были применены различные способы классификации искусства.

Таким образом, искусство можно классифицировать, в соответствии с его дисциплиной, как пластическое искусство, которые представляет собой те выражения, которые изменяют материалы, создавая двумерные или трехмерные поверхности, исследуя плоскость, объем и структуру, среди других типов элементов.

Некоторые специалисты выделяют основные и второстепенные направления искусства. Так основные направления искусства охватывают все те произведения искусства, которые направлены на созерцание, в то время как второстепенные искусства являются утилитарными художественными элементами. Кроме этого, мы можем назвать, среди прочего, изделия из серебра, мозаику, витражи. Существует также музыкальное, литературное, исполнительское и аудиовизуальное искусство и другие.

Тем не менее, в соответствии с изобразительным искусством проводится иерархизация различных дисциплин, разработанная в первой половине двадцатого века, охватывающая только семь из них: живопись, скульптуру, литературу, музыку, танцы, архитектуру и кино.

История искусства позволяет изучать его последовательные эволюционные процессы в временном пространстве, что облегчает понимание сущностных основ искусства. Для изучения и понимания поступательного развития искусства, его история классифицируется на разные периоды, стили или художественные течения.

Сама дисциплина является еще одним ресурсом, который позволяет изучать историю искусства в понимании различных художественных выражений, определяет характеристики, которые отличают авторов, произведения, периоды, что позволяет ценить искусство в рамках истории.

Как мы уже отмечали, история искусства позволяет нам узнать об эволюции обществ, их культуре, обычаях во временном историческом пространстве, об их характеристиках, позволит даже определить влияние, которое искусство может оказать в определенный момент на регионы, страны или цивилизации. Владея знаниями в этой области, можно построить линию развития общества в течение того или иного периода.

Построив временную шкалу, мы можем затем идентифицировать различные возникшие художественные движения и определить этапы каждого из них. Свидетельства существования искусства в доисторические

времена, в древние времена, находки процесса творения в средние века – это исторический период западной цивилизации, охватывающий период с пятого по пятнадцатый века, особенности которого мы рассмотрим ниже.

Так, доисторическое искусство развивалось человеком на одной из самых примитивных стадий, они идентифицируются на этой стадии, искусство от каменного века, которое делится на верхний палеолит, мезолит и неолит, до металлического века, в котором обнаружены находки самых ранних художественных проявлений *Homo sapiens*, как первоначально назывался наш вид.

В эпоху палеолита, которая, по оценкам, находится между 25000 и 8000 годами до нашей эры, в то время люди жили в пещерах и занимались охотой и собирательством, как деятельностью для выживания. Искусство, характерное для этого периода, – это наскальная живопись.

Затем наступает период между 8000 и 6000 годами до нашей эры, который признается периодом мезолита, и, наконец, между 6000 и 3000 годами до нашей эры, называемый неолитом, в котором человек становится оседлым. Общество, в котором они обосновались, становится более сложным, чем у их предшественников. Первоначальные группы и искусство также начинают проявляться другими способами как предметы ручной работы.

Когда наступает эпоха металлов между 3000 и 1000 годами до нашей эры, начинают признаваться самые ранние протоисторические цивилизации. Исходя из этого, давайте поговорим немного подробнее о каждом из периодов, составляющих доисторическую эпоху, и об их вкладе в искусство.

Палеолит. Палеолит – это период, который длится примерно от 500 тысяч лет до примерно 30 тысяч лет и является периодом, более известным как каменный век, общее название этого периода возникает из-за того, что большинство предметов и исторических находок были сделаны из камня.

Важно отметить, что все, что мы знаем о периодах до этого момента, кардинально изменилось с развитием технологий, что позволило сделать важные открытия, которые повлияли на развитие искусства, изменили его.

Есть свидетельства того, что искусство уже тогда имело религиозный смысл, чего до недавнего времени не было известно. Неандертальцы создавали искусство в форме предметов.

Когда мы говорим о доисторическом искусстве, невозможно не упомянуть пещеры Альтамира или пещеры Французской Дордони. Встречаются картины с изображением животных, таких как мамонты или зубры, лошади, газели, медведи, но также изображены человеческие руки и фигуры.

Если мы ищем характерные черты картин того периода, мы можем выделить отсутствие пейзажа, сопровождающего истории охоты или борьбы. Также следует отметить, что изображения наполнены движениями и естественностью. Художники использовали для создания своих картин натуральные пигменты, в которых преобладали охристый цвет, сажа и

красноватые тона. Эти красители смешивали с животным жиром и использовали для рисования ветки, волокна и свои руки.

Другой вид искусства того периода – это небольшие женские скульптуры, такие как знаменитая Венера Виллендорфская, в которых подробно показана анатомия женского тела, а также небольшие украшения для личного пользования и ритуальные предметы, отражающие часть художественного наследия мужчин и женщин того времени.

Опуская художественную интерпретацию каждого из предметов и художественных выражений, сохранившихся с течением времени до наших дней, мы не можем гарантировать, что они единственные или камень был единственным использованным материалом. Но, следует отметить, что именно камень является наименее скоропортящимся материалом, что позволило донести до последующих поколений существование и содержание творчества того времени.

Мезолит. Период мезолита приходится на середину периода палеолита. К этому периоду относятся все художественные выражения от верхнего палеолита до неолита, в частности, между 10-5 тысячами лет до нашей эры. Художественные находки этого периода были обнаружены на разных континентах, включая Европу, Азию, Африку, Австралию и Америку. Важно подчеркнуть, что это период серьезных изменений на планетарном уровне, потому что он находится в межледниковом периоде, когда происходит таяние льдов.

В этот период люди все еще вели кочевой образ жизни, и это только начало оседлого образа жизни. Среди найденных предметов выделяются валуны, вырезанные полосами и точками, созданные азильской культурой. Очень важное значение приобретают рельефные скульптуры, резьба по фигурам, резьба по дереву с использованием дерева, появляется украшение личных вещей, так называемое мебельное искусство, развивается керамика.

Что касается живописи, то Ла Куэва-де-лас-Манос, в долине Рио-Пинта, в Патагонии, Аргентина, демонстрируют более рациональное искусство, в котором начинает проявляться и абстрактное. Большую роль в этот период рациональный и абстрактный подходы играют в выражении искусства. Проходят собрания и мероприятия, такие как охота, танцы, обряды и военные сцены, кочевая жизнь. Все это находит свое отражение в искусстве.

Неолит. Доисторическое искусство эпохи неолита определяется концом кочевой жизни, поэтому находки показывают нам искусство и ремесла обществ, которые занимались сельским хозяйством и разведением животных для обеспечения питанием.

«Для неолита в целом характерна более высокая техника обработки камня в сравнении с прошлыми эпохами и переход от присваивающей к производящей формы хозяйства» [1].

Характерным для этого периода является появление керамических изделий утилитарного назначения, а также древней керамики терракотовых скульптур как одного из основных выражений искусства.

Неолит – это начало цивилизации, это был взрыв творчества, выраженный по-разному и продолжавшийся в разные периоды на каждом из континентов.

Оседлость человеческих групп привела к появлению мегалитического искусства, которое использовалось в строительстве храмов, святынь, гробниц и других. То, что знаменует начало неолита, – это сельское хозяйство, использование которого различается в разных регионах и континентах мира. Даты его зарождения и продолжительность до сих пор остаются предметом обсуждения и дискуссий. Когда человеческие группы осознали, что они достигли большей безопасности, став менее уязвимыми для хищников, произошел значительный рост населения.

Хотя есть находки предметов из керамики, намного более древней, чем эпоха неолита, таких как китайская и японская керамика, следует выделить керамику эпохи энеолита из Персии, датируемую примерно 5000-3500 годами до нашей эры, на которых обнаружены орнаменты из птиц, овощей, а также человеческие фигуры.

В этот период было развито создание предметов, предназначенных для украшения, фрески, статуи и узоры для керамики и текстиля, резьба по полудрагоценным камням, резные панцири черепах. Они не отказались от функциональности, но в эпоху неолита преобладала красота.

Древний век. Древняя эпоха находится в хронологическом порядке в начале истории искусства в четвертом веке до нашей эры, пока в пятом веке не произошло поражение Римской империи на Западе. Искусство античной эпохи определяется как древнее – как и все произведения искусства или предметы, считающиеся древними

Существуют различные произведения, которые в то время не считались произведениями искусства, потому что они носили утилитарный характер, поэтому в то время они были предметами повседневного обихода. Однако те же самые предметы сегодня занимают места в наших музеях и признаны бесценными произведениями искусства. Это вполне может заставить нас думать, что искусство приобретает ценность с течением времени и является древним для других, что является способом его переоценки.

Со своей стороны, великие произведения, такие как, например, сфинксы, изображающие божеств или затрагивающие религиозную тематику, считались великими произведениями искусства. Историю искусства можно разделить на различные отрасли или дисциплины, которые позволяют изучать искусство древних времен, разделенное на различные формы выражения, что позволяет понять, как оно менялось и развивалось с течением времени. В древние времена существовало большое количество признанных искусств, таких как ювелирное дело, парфюмерия, гастрономия и другие виды ремесел и прикладного искусства.

Месопотамия. Месопотамия признана колыбелью цивилизации наряду с Египтом. Мы должны переместиться на пять тысяч лет назад, когда шумеры и аккадцы решили поселиться на берегах рек Тигр и Евфрат, на территории, которую мы сегодня признаем Ираком.

«В период своего становления, искусство в Месопотамии, в первую очередь, выполняло религиозно-магическую функцию, а отнюдь не эстетическую» [3].

Большая часть искусства, созданного шумерами, имеет религиозное значение. Это происходило потому, что для того времени политика и религия были тесно связаны. В истории искусства сложно точно определить разделение между ними.

Одна из характеристик искусства, создаваемого на данный момент, делает упор на эстетику, эта характеристика настолько важна в произведениях искусства, что она передается и продолжается в цивилизациях после Месопотамии, о чем свидетельствуют археологические находки. По ним можно идентифицировать черты, которые объясняют преемственность.

Иллюстрации с небольшими изображениями, глиняные печати, изделия ювелиров действительно оригинальны и разнообразны по разработанным темам. Что касается архитектуры, то от сложных городских построек, построенных в Месопотамии, сохранилось немного, что связано с типом используемых материалов. Из-за отсутствия камня использовался кирпич и глиняные маринады, тем не менее, можно признать, что города развивались вокруг средневековья, строились храмы и дворцы.

Другой случай имеет место со скульптурами, которые были выполнены из известняка или алебаstra, и их основными произведениями были скульптуры круглой формы и рельефы. Найденные артефакты отражают в основном повседневную жизнь, что позволяет нам познакомиться с шумерской культурой Месопотамии. Одним из наиболее развитых проявлений искусства являются изделия из серебра, в которых выделяются находки, сделанные в гробницах Ура.

Египет. Наверное, нет на земле человека, которого не привлекало бы египетское искусство, его архитектура, скульптура и живопись сочетают историческое, таинственное и религиозное с красотой, которая поражает любого жителя земли.

Египетское искусство – это искусство, на которое не влияют другие виды искусства, географическое положение позволяет это сделать. Материалы, которые были использованы, выбраны для увековечения произведений, которые они создавали, и именно поэтому сегодня все еще делают находки в очень высоком состоянии сохранности.

Фараоны и жрецы пользуются наибольшим уважением, поскольку египетское искусство является в основном религиозным, официальным придворным искусством. Оно следует определенным стандартам и поэтому очень похоже, поскольку очень ценится качество отделки. В египетском искусстве скульпторы и художники считались мастерами, в то время как архитекторы, имевшие прямой контакт с клиентами, считались более высоко оцененными.

На основании вышесказанного признаются два типа мастерских: официальные, расположенные недалеко от дворцов и храмов, и частные мастерские, которые не поддерживали никаких отношений с монархией.

К сожалению, из-за качества материалов, которые использовались художниками в частных мастерских, почти не существует свидетельства их работ.

Греция. «Искусство Древней Греции – это все произведения искусств, созданные собственно в Греции, греческих колониях, на территории эллинического побережья передней Азии и в части Скифии, испытавшей влияние древнегреческой культуры, до момента, когда Греция оказалась под властью Рима» [4].

Искусство Древней Греции – одно из самых плодотворных, самых великолепных и красивых, то же самое относится и к архаическому периоду. Искусство Древней Греции развивается в процветающей и экспансивной цивилизации, сильной экономически и политически стабильной, несмотря на то, что политические изменения были насильственными, монархии сменялись, свергая правителя, который находился в то время. Речь идет о пятом веке до нашей эры, Греция была столицей Афин и Аттики.

К шестому веку злоупотребления властью привели к тому, что Писистрат стал лидером при поддержке народа, его правление было выгодным, когда искусство стремилось к благоустройству городов, несмотря на то, что его преемники монархии были жестокими и за это были свергнуты.

Однако внутренние распри были лишь началом последовательных периодов войн, известных как Медицинские войны, когда Персидская империя контролировала территорию Греции.

Делосская конфедерация во главе с Афинами положила конец персидскому правлению в Греции. В 449 году до н.э. наступила эпоха Перикла. Однако достигнутая гегемония заставила Афины выступить против второй державы Елены, Спарты.

После этого она известна как золотая эпоха, когда наступил момент наивысшего художественного великолепия во всех его проявлениях, закладывающего основы целой цивилизации.

Продолжается развитие монументальной архитектуры, такой как, например, Парфенон, храм Артемиды и многие другие. Греческие скульптуры мы знаем по римским копиям, но они стремились к совершенству и деталям. К сожалению, очень большая часть скульптурных чудес Древней Греции была разрушена в средние века христианством, которое стремилось покончить с язычеством.

Сохранились фризы Парфенона, некоторые скульптуры, при раскопках были обнаружены такие произведения, как Венера Милосская. Скульптуры отличались полихромностью. В большей степени признается использование только белого мрамора. Однако этот вопрос остается спорным из-за недостаточности свидетельств.

Изображенные фигуры – безмятежные, гармоничные, уравновешенные, с идеализированным реализмом. Одним из его выдающихся представителей был Фидий, которого называли скульптором богов, в своей работе он

подчеркивал использование техники, называемой «мокрые тряпки», потому что складки одежды прилипают к телу, подчеркивая анатомию человека.

Произведения искусства того времени отражают красоту, внешнюю, а также духовную.

Рим. С историей преследований и смертей Рим был основан в 753 году до нашей эры. Мы не будем подробно говорить о его основании и расширении, однако важно подчеркнуть, что он возник в результате поселений индо-европейских, латинских, сабинских и этрусских племен. В результате злоупотребления властью короли теряют власть, и создается республика, в которой сенат фактически принимает решения.

В изобразительном искусстве также проявляется большое влияние греческого искусства с небольшим сдвигом в сторону стремления к реализму, а не к идеализму. Мы знаем о картине по городу Помпеи, который был погребен в результате извержения Везувия, и это стихийное бедствие позволило сохранить настенные росписи жилищ.

Одним из самых узнаваемых выражений римского искусства является мозаика, хотя эта техника имеет греческое происхождение, римлянам удалось мастерски ее развить.

Что касается архитектуры, то в ней особое внимание уделяется использованию арок и сводов, что является радикальным изменением по сравнению с греческой архитектурой.

Расширение Империи повлекло за собой развитие урбанизмов, модель которых была заимствована из города Александрия. Центром города был форум, в котором располагались храмы, сенат, магазины, библиотеки, бани и многое другое. Триумфальные арки – это творение римского искусства, которые были построены на форумах, на мостах, на дорогах общего пользования, в самых людных местах, чтобы их могли видеть все.

Наследие Рима в искусстве огромно, потому что оно неподвластно времени, оно сохранялось веками, потому что в этом была цель – оставаться неизменным во времени.

В настоящее время мы говорим из истории искусства об особенностях, об изящных искусствах, о признании художников, ничего из этого не существовало, однако становятся узнаваемыми нормы в развитии средневекового искусства, в котором стремились заслужить снисхождение Бога, и именно поэтому архитектура средневековья стала популярной. Монастыри, церкви были необычайно украшены. Посредством искусства осуществляется связь между духовным, сверхъестественным миром и человеком, подтверждается сила Бога и политическая власть.

Византийское искусство. Византийское искусство развивалось с четвертого века, с шестого века оно распространилось по Восточной Римской империи. Город Константинополь был самым важным художественным центром этого периода, с пятнадцатого века византийское искусство распространилось на страны Восточной Европы.

Художественное выражение, такое, как живопись, в готическом искусстве, появилось в 1200 году. Это утверждение основано на том факте,

что ранее готическая живопись не создавалась, хотя это и не является заметным разрывом между более ранними стилями и готикой.

Вместе с тем, можно выделить переход к более темному и холодному стилю. Со своей стороны, картина маслом становится известной в пятнадцатом веке, служа отправной точкой искусства эпохи Возрождения.

«Модернизм можно определить не просто как новую форму художественного выражения – это в большей степени новая философия, разнообразные попытки уйти от подражания реальности» [2].

В основе истории искусства лежит современная эпоха искусства, охватывающая период с конца средневекового Moderna до начала политических и экономических революций восемнадцатого века. Глубокие философские и политические изменения того времени повлияли на искусство того периода.

Утверждение индивидуализма, оценка человеческого существа заставляют художников добиваться своего признания, оставаясь анонимными и находясь под защитой покровителей.

В искусстве усиливается использование пропорций, построек для социальных нужд, таких как больницы. Архитектура служит определенной цели, поэтому разрабатываются проекты. Это возрождение искусства, отказ от классики и становление барокко как художественного движения, которое в некоторых частях Европы эволюционирует в сторону рококо.

Романтизм возникает в XIX веке, спасая что-то от готического и средневекового искусства. Говорят, что это продолжение творчества великих художников позднего Возрождения, на самом деле недооцененный стиль искусства, который считается экстравагантным, эротичным и декадентским.

Тем не менее, то же самое переоценивается в двадцатом веке, это художественное выражение, в котором творчество авторов отходит от того, что считается истинным, и поэтому приближается к абстракции. Это было искусство, уникальное для двора.

Барокко. Как мы могли наблюдать с приходом эпохи Возрождения, церковь теряла контроль и присутствие в обществе, поэтому католическая церковь начинает продвигать изменения, призывая к строительству церквей с большим количеством скульптур, как способ противостоять рационалистическим и реформистским идеям, которые доминировали, социальным и культурным аспектам и влиянию церкви эпохи.

Таким образом, при содействии церкви возникает искусство барокко в архитектуре. Точно так же скульптура и живопись носят драматический характер. Художники эпохи барокко, с целью создания эмоционального опыта и отличия от любого выражения искусства, использовали формы, пространства, естественный свет и цвета, чтобы установить отношения между наблюдателем и произведением,

Примечательно, что искусство барокко смогло учесть в своем предложении различные религиозные, политические и социальные движения, дав продолжение маньеризму, но отказавшись от безмятежности, преувеличения и показухи, привнеся в искусство выразительность.

Рококо. Рококо берет свое начало во Франции с тридцатых по семидесятые годы восемнадцатого века. Оно было принято и быстро распространилось в других частях Европы и перенесено в различные художественные выражения, среди которых музыка, очень принятая людьми, принадлежавшими к аристократии.

Что касается скульптуры и архитектуры, то для них характерно преобладание светлых, ярких цветов с намерением показать мягкий и изысканный вид.

Неоклассическое искусство. Неоклассическое искусство возникло в результате открытия классической архитектуры в ходе археологических экспедиций, где город Помпеи оказал наибольшее влияние на некоторых художников, которые искали вдохновение, чтобы выйти за рамки богатого искусства барокко и рококо.

Промышленная революция способствовала созданию нового общества, контролируемого буржуазией, и развитию рабочего движения. В науке и технологиях произошел значительный прогресс.

Войны приносят периоды экономического спада, вызывая чувство запустения. Несмотря на все это, возникают художественные авангарды, которые ищут новый эстетический язык, который соответствовал бы новому обществу двадцатого века.

Это время нового художественного языка, на котором возникают фовизм, экспрессионизм, кубизм, футуризм, дадаизм, сюрреализм и абстракция с их особыми и независимыми друг от друга выражениями, что дает определенную свободу творчеству и, следовательно, искусству.

Это символизирует отход от натурализма, он концентрируется на чувственном уровне, на формах. Скульптура и живопись отходят от традиционного, а архитектура – от симметрии, новое искусство требует, чтобы зритель смотрел на него с новой позиции и с новым подходом.

Несмотря на то, что искусство имеет личное происхождение, которое возникает в результате перевода художником того, что он видит или воображает, оно присуще человеку, что делает его универсальным. Такого рода интерпретации и определения возможны только при изучении истории искусства.

Список литературы

1. Древняя Месопотамия. Искусство Шумера и Аккада. – URL: <https://dzen.ru/a/XrzgLFcklh2SUiT> (дата обращения: 12.01.2024).
2. Искусство Древней Греции. – URL: <https://4brain.ru/arthistory/antiquity.php?ysclid=lr93z1ma2830882970> (дата обращения: 22.12.2023).
3. Неолит: высшая и последняя стадия развития Каменного века. – URL: https://dzen.ru/a/YLz3gby_QkIOAxEw (дата обращения: 11.01.2024).
4. Эволюция искусства: от реалистичности до идеи. – URL: <https://live.mts.ru/lifestyle/article/evolyutsiya-iskusstva-ot-realisticnosti-do-idei> (дата обращения: 11.01.2024).

ИЗУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ВУЗЕ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Д.В. Кузнецова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: lady_di_83@mail.ru

Аннотация. В статье раскрываются достоинства и недостатки дистанционного обучения иностранному языку в вузе. Применение дистанционных технологий позволяет расширить информационное взаимодействия между субъектами образовательного процесса и повысить результативность самостоятельной работы обучающихся. Основная задача дистанционного обучения иностранному языку в вузе – это решение проблем формирования межкультурной компетенции у обучающихся в рамках концепции диалога культур в современных педагогических условиях.

Ключевые слова: иностранный язык, дистанционные технологии, дистанционное обучение, межкультурная компетенция, диалог культур, информационные ресурсы, субъекты образовательного процесса.

THE STUDYING OF THE FOREIGN LANGUAGE AT THE UNIVERSITY BY THE DISTANCE TECHNOLOGIES

D. V. Kuznetsova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: lady_di_83@mail.ru

Abstract. The article reveals the advantages and disadvantages of the distance learning of a foreign language at the university. The use of distance technologies makes it possible to expand the information interaction between subjects of the educational process and increase the effectiveness of students' independent work. The main task of distance learning of the foreign language at the university is to solve the problems of developing of intercultural competence among the students within the framework of the concept of the dialogue of cultures in the modern pedagogical conditions.

Keywords: foreign language, distance technologies, distance learning, intercultural competence, dialogue of cultures, information resources, subjects of the educational process.

Сегодня общество вынуждено подстраиваться под изменения современного мира. Происходящие события не могли не затронуть традиционную систему образования. Вынужденное дистанционное обучение диктует свои правила к адаптации новых образовательных технологий в кратчайшие сроки. Использование электронных ресурсов и сети Интернет в образовании является не новым, но все больше приобретает преобладающую роль в условиях дистанционного обучения. Непрерывное использование информационно-коммуникационных технологий в обучении иностранному языку в вузе позволяет повысить эффективность и продуктивность занятий, но не заменяет качество традиционного обучения.

В Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» можно увидеть следующее определение дистанционного обучения: «Под

дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников». Другими словами, результативность и контроль усвоения изучаемого материала можно проследить только с помощью сети Интернет, on-line и off-line технологий.

Основной особенностью дистанционного обучения является удаленность субъектов образовательного процесса и преобладание самостоятельной работы обучающихся. Основной задачей изучения иностранного языка является овладение языковой коммуникации, что, по сути, невозможно осуществить самостоятельно. Это и является одной из основных проблем дистанционного обучения иностранному языку в вузе. Поэтому проводить занятия необходимо с учетом всех специфических особенностей, характерных для данной дисциплины [1, с. 166].

Условия дистанционных технологий при изучении иностранного языка предполагают включение современных информационных ресурсов, которые позволяют охватить развитие всех видов речевой деятельности (говорения, аудирования, чтения и письма) и достичь приобретенной коммуникативной компетенции [3, с. 131].

Существуют ресурсы, которые направлены на введение и тренировку нового материала при изучении английского языка в вузе:

1) по устной речи –

<https://english-study-cafe.ru/index.php/students/reading>

<https://enrutext.com/teksty/teksty-dlya-nachinayushhih/a1-beginner/>

<https://englishinn.ru/dopolnitelnaya-praktika-yazyika/>

<https://englishinn.ru/stranovedenie/>

<https://study-english.info/topics.php>

2) по лексике –

<https://englishinn.ru/izuchenie-angliyskogo-yazyika-po-temam/>

<https://study-english.info/vocabularies.php>

<https://english-study-cafe.ru/index.php/students/leksika-uchashchimsya-uchebnye-posobiya>

3) по грамматике –

<https://englishinn.ru/grammatika-angliyskogo-yazyika-po-urovnyam/>

<https://study-english.info/grammar.php>

4) по аудированию –

<https://englistening.ru/listening>

5) по письменной речи –

<https://englishinn.ru/angliyskiy-yazyik-podgotovka-k-ege-oge/pismennaya-rech-pismo-i-esse/>

<https://english-study-cafe.ru/index.php/students/write>

Разнообразный потенциал других электронных ресурсов позволяет закрепить и проверить пройденный курс:

1) по устной речи –

<https://english-study-cafe.ru/index.php/students/speaking>

2) по лексике –

<https://reallanguage.club/test-po-leksike-anglijskogo/>

<https://onlinetestpad.com/ru/tests/english/vocabulary>

<https://study.skyeng.ru/vocabulary-test>

3) по грамматике –

<https://englishka.ru/tests/>

<https://onlinetestpad.com/ru/tests/english/grammar>

4) по аудированию –

<https://english-study-cafe.ru/index.php/students/audirovanie>

5) по письменной речи –

<https://english-study-cafe.ru/index.php/students/write/140-pismo-uchashchimsya/268-test-history-writing>

Также для обеспечения дистанционного изучения английского языка в вузе используются различные формы и средства обучения: специализированные электронные учебники, учебные пособия, сетевые учебные материалы, учебные видеофильмы и аудиозаписи, которые помогают достигать необходимых целей в процессе занятия [4, с. 102]. Ниже приведем ссылки на следующие ресурсы:

1) учебные видеофильмы и сериалы с заданиями:

<https://youtu.be/YM-Z9WCnSmo> (сериал «Extra»)

https://youtu.be/-BG6KL_hjHk (сериал «Have A Go»)

2) учебные аудиозаписи:

<http://ru.talkenglish.com/listening/listenbasic.aspx>

<http://english2017.ru/eng-listening-for-beginner-level>

<https://langformula.ru/listening/>

3) электронные учебники:

<http://lib.tau-edu.kz/wp-content/uploads/2023/>

https://vk.com/doc75219497_488642926?hash=x4AJQYnyYTE07tbXNjjEgaWpcnRwnsb7hh1i3IyoPRL

https://vk.com/doc75219497_488662101?hash=1TsmbYLOlhBmbU05e2iqZWbW6w80Qx9OyZbpMzp301w

https://vk.com/doc75219497_488688595?hash=m4ZeR3g7dJFmWCvTIZBTTm4tbLqQxUeURtrFjhNH5k

https://vk.com/doc75219497_488896045?hash=OtVgX165LpPZ8YzKzHCg362nAWQIuMRONZWfaPHnpXg

В частности, в нашем вузе педагоги используют так называемые электронные библиотечные системы, которые помогают решить ряд задач при изучении иностранного языка в условиях дистанционного обучения. Одной из основных проблем, которую необходимо решить в процессе обучения иностранному языку в вузе является формирование межкультурной компетенции обучающихся. Для ее разрешения в рамках концепции диалога культур используются не только различные образовательные платформы, но и различные интерактивные приложения и программы, включающие в себя

огромный инструментарий по организации взаимодействия между субъектами дистанционного образовательного процесса [2].

Существуют разнообразные сервисы, которые содействуют педагогу и помогают приблизиться к реализации естественной языковой среды, таким образом, повышая эффективность обучения и формируя межкультурную компетенцию, что, зачастую, является труднодостижимым при традиционной системе обучения, особенно, в условиях ограниченности учебного времени и часов.

Дистанционное обучение иностранному языку в вузе имеет как достоинства, так и недостатки. Положительной стороной такого обучения является: гибкость расписания; индивидуальная возможность обучения; развитие самостоятельной работы у обучающихся; формирование информационной грамотности за счёт доступа к различным Интернет-ресурсам; возможность реализации естественной языковой среды для образования межкультурной компетенции в рамках концепции диалога культур. К недостаткам можно отнести: отсутствие реального контакта и взаимодействия между субъектами образовательного процесса; необходимо дополнительно формировать мотивацию у обучающихся к предмету; невозможно проконтролировать некоторые самостоятельные задания в должной мере и дать качественную оценку полученных результатов.

В заключении, можно сказать, что, не смотря на вышесказанные недостатки, дистанционное обучение будет иметь эффективность только при грамотной организации учебного процесса и сможет дать возможность достижения межкультурной компетенции у обучающихся в вузе, обеспечивая качественное образование в дальнейшем.

Список литературы

1. Камардина, Ю. С. Веб-квест технология на уроках английского языка / Ю. С. Камардина // Инновационные стратегии развития педагогического образования : сборник научных трудов Тринадцатой Международной очно-заочной научно-методической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Саратов : Изд-во СРОО «Центр «Просвещение», 2017. – С. 166-168.
2. Специализированный WWW-сервер «Состояние и перспективы развития дистанционного образования» – ДО в странах мира: основные центры (ЦИАН1.МинобразованияРоссии). – URL: <http://de.unicor.ru/rus/country/country.html> (дата обращения: 10.12.2023).
3. Richards, K. Distance Learning in ELT / K. Richards, P. Roe (eds.). – London : Modern English Publications and the British Council, 1994. – 149 p.
4. Tomalin, B. Video, TV and Radio in the English Class / B. Tomalin. – London : Macmillan Publishers, 1991. – 118 p.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

Ж.М. Макажанова

Высший колледж имени Магжана Жумабаева

e-mail: zhuzik-81@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам формирования поликультурной личности студентов посредством реализации идеи диалога культур. Описана значимость идей диалога культур. Также отражена связь поликультурного и мультилингвального образования. Определены направления формирования поликультурной личности студентов колледжа: организация образовательного процесса.

Ключевые слова: формирование поликультурной личности, диалог культур, поликультурное образование Республики Казахстан, мультилингвизм, обогащение поликультурным компонентом образовательного процесса колледжа.

FORMATION OF A MULTICULTURAL PERSONALITY OF COLLEGE STUDENTS OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN WITHIN THE FRAMEWORK OF THE CONCEPT OF DIALOGUE OF CULTURES

Zh.M. Makazhanova

Magzhan Zhumabayev Higher College

e-mail: zhuzik-81@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the formation of a multicultural personality of students through the implementation of the idea of dialogue of cultures. The importance of the ideas of dialogue of cultures is described. The connection between multicultural and multilingual education is also reflected. The directions for the formation of a multicultural personality of college students are determined: the organization of the educational process.

Keywords: formation of a multicultural personality, dialogue of cultures, multicultural education of the Republic of Kazakhstan, multilingualism, enrichment of the college educational process with a multicultural component.

Сегодняшняя глобализация и интеграция позволяет представителям различных этнокультур вступать в культурный диалог. Об этом пишет канадский политический философ У. Кимлики: в современном мире многие страны культурно разнообразны [10]. Данная тенденция повышает интерес исследователей мира по вопросу формирования поликультурной личности. В многонациональном обществе потребность в поликультурной личности занимает особое место.

Проблема формирования поликультурной личности студентов представляется в качестве предмета изучения и дискуссий многих исследователей. Е.В. Дёмкина, И.И. Николаева, Р.Н. Шалумова рассматривают поликультурную личность как индивид, отличающийся знанием о собственной культуре и заинтересованный другими культурами [7; 9]. Структура поликультурной личности, выделенная Р.Н. Шалумовой и

состоящая из аксиологического, личностного, когнитивного, организационного-деятельностного компонентов, позволяет изучить сущность данного феномена следующими составляющими: общечеловеческими, национальными ценностями личности; гуманизмом, толерантностью, национальной идентичностью, этническим самосознанием и гражданственностью; позитивным сотрудничеством представителей разных национальностей и взаимодействием между ними [9].

Поликультурной личностью можно назвать человека, обладающего сформированными общечеловеческими и национальными ценностями, гуманизмом, толерантностью, национальной идентичностью, этническим самосознанием, гражданственностью, готовностью взаимодействовать с представителями других национальностей.

Поликультурная личность студентов формируется в результате осуществления поликультурного образования, фундаментом которого является диалог культур. Философ М.М. Бахтин, выдвигая феномен «диалог культур», описывает его как уникальный мир культуры, вступающий во взаимодействие с иными культурами. Диалог культур создает условия для развития национальных культурных ценностей, открывает возможности целостности и сохранения каждой культуры [2]. Также мыслителем разработана методология диалога культур, нацеленная на сохранение своей и чужой позиций через взаимопонимания в отношении. Диалог – это показатель культуры общества [1].

По мнению Э.В. Сайко, затруднения, возникающие в процессе диалога, могут привести к межэтническим конфликтам, поэтому развитие межнациональных и межэтнических отношений зависит от осуществления культурного диалога [8]. Идею диалога культур поддерживает французский философ К. Леви-Стросс: его концепция направлена на сохранение уникальности каждого народа и различий между этносами и культурной самобытностью [4].

Культура по своей сущности не может существовать, придерживаясь единственного мнения, и развивается только в диалоге. Мы заинтересованы в исследовании формирования поликультурной личности в рамках концепции диалога культур. Проблема исследования заключается в успешной реализации идей диалога культур в колледже Республики Казахстан, необходимых для развития поликультурной личности студентов.

Стоит отметить, что казахстанские исследователи (Б.А. Жетписбаева, Т.Ю. Шелестова, Г.Н. Акбаева, А.Е. Кубеева, Г.К. Тлеужанова и др.) при изучении вопроса поликультурного образования отражают взаимосвязь между языком и культурой, то есть связывают поликультурное образование с мультилингвильным. Тем самым считают поликультурной личностью мультилингвильного человека, владеющего двумя и/или несколькими языками [3]. Формирование поликультурной личности – одна из основных целей казахстанского образования. Расширение культурных и языковых

границ обучающихся обогащает их кругозор, начинают понимать культурную полифонию мира [6].

В рамках исследования на базе Высшего колледжа имени М.Жумабаева (г. Петропавловск) нами систематизирован образовательный процесс учреждения в поликультурной направленности [5], а именно проведена работа по обогащению поликультурным компонентом учебного и внеурочного процесса (табл.).

Таблица

Насыщение поликультурной тематикой образовательного процесса колледжа

Организации учебного процесса	Организации внеурочного процесса
<p>1. Анализ нормативных документов образования РК «Государственный общеобязательный стандарт технического и профессионального образования», типовых учебных программ дисциплин.</p> <p>2. Обогащение общеобязательных и общепрофессиональных дисциплин по педагогическим специальностям поликультурной тематикой.</p>	<p>1. Участие студентов в мероприятиях, нацеленных на формирование поликультурной личности: в международном движении WordSkills Kazakhstan, на международных конференциях и других научно-методических мероприятиях.</p> <p>2. Разработка программы тренинга, направленной на повышения уровня сформированности поликультурной личности студентов.</p>

В условиях профессионального образования студенты ведут диалог с культурой и сами являются носителем и творцом. Диалог культур – способ приобщения обучающихся к современной культуре.

Список литературы

1. Бахтин, М. М. Два способа изучать культуру / М. М. Бахтин // Вопросы философии. – 1986. – № 12. – С. 152-159.
2. Библер, В. С. Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика и культура / В. С. Библер. – Москва : Прогресс, 1991. – 278 с.
3. Жетписбаева, Б. А. Проблемы внедрения раннего обучения английскому языку для реализации полиязычного образования в Казахстане / Б. А. Жетписбаева, Т. Ю. Шелестова, Г. Н. Акбаева, А. Е. Кубеева, Г. К. Тлеужанова // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2016. – № 4. – С. 59-72.
4. Леви-Стросс, К. Узнавать других. Антропология и проблемы современности : монография / К. Леви-Стросс. – Москва : Текст, 2016. – 158 с.
5. Макажанова, Ж. М. Реализация модели поликультурной образовательной среды в высшем колледже / Ж. М. Макажанова // Проблемы современного образования. – 2020. – № 6. – С. 236-244.
6. Макажанова, Ж. М. Педагогические условия формирования поликультурной личности студентов в образовательной среде колледжа / Ж. М. Макажанова // Педагогический научный журнал. – 2023. – Т. 6, № 2. – С. 113-117.

7. Николаева, И. И. Формирование поликультурной личности в полиэтнической образовательной среде / И. И. Николаева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2011. – № 6. – С. 127-128.
8. Сайко, Э. В. О природе и пространстве «действия» диалога / Э. В. Сайко // Социокультурное пространство диалога. – 1999. – С. 9-32.
9. Шалумова, Р. Н. Сущность поликультурной личности в научно-педагогической теории и практике / Р. Н. Шалумова, Е. В. Дёмкина // «Вестник АГУ». – 2018. – № 1 (213). – С. 93-100.
10. Kim, J.-H. Understanding the «Other»: Rethinking Multiculturalism in South Korea through Gadamer's Philosophical Hermeneutics / J.-H. Kim, K. So // International Journal of Multicultural Education. – 2018. – № 1. – Pp. 102-117.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕПОДАВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В РОССИИ КОНЦА XVIII – НАЧАЛА XIX ВЕКА

Н.Э. Чернявская

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: natalia.kulich@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается история преподавания английского языка в России. Автором раскрываются внутренние факторы, способствовавшие развитию изучения английского языка в российских учебных заведениях конца XVIII – первой половины XIX вв.

Ключевые слова: английский язык, фактор развития, историческая ситуация, распространение, исторический период.

PECULIARITIES OF THE DEVELOPMENT OF ENGLISH LANGUAGE TEACHING IN RUSSIA IN THE LATE XVIII – EARLY XIX CENTURY

N.E. Chernyavskaya

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: natalia.kulich@yandex.ru

Abstract. The article deals with the history of teaching English in Russia. The author reveals the internal factors that contributed to the development of English language learning in Russian educational institutions in the late 18th – first half of the 19th centuries.

Keywords: english language, development factor, historical situation, distribution, historical period.

До конца XVIII века английский язык в России был маловостребованным. Потребность во владении языком ощущалась при поездках за рубеж или при ведении переговоров с иностранными инженерами, которые приезжали в Россию. Например, английский инженер, директор Карронской компании Чарльз (Карл) Гаскойн и вместе с ним большая группа английских инженеров и других специалистов были приглашены в Россию в 1786 году, в этом же году Гаскойн Указом Екатерины II был назначен директором Александровского пушечного завода

в Петрозаводске. Переводчиками, в таких случаях становились осевшие в России иммигранты.

Уже в XVIII веке, положившим начало нового периода исторического развития России вместе с конструктивными реформами, страна начала постепенно входить в европейское пространство, что вызвало потребность в знающих иностранные языки людях.

Высшее аристократическое общество стало отправлять своих детей учиться в Европу или обучать иностранным языкам своих детей с раннего детства с помощью учителей – носителей языка. Иностранцы – гувернеры, большинство из которых не говорили на русском языке, общались с воспитанниками исключительно на своем языке, что создавало условия для усвоения иностранного языка с самого детства. Признаком образованности стало знание европейских языков, таким образом, французский, английский и немецкий стали в дворянском обществе языками общения.

Однако, изучение иностранных языков было не только преимуществом дворянского сословия. Необходимость в освоении языков была определена растущими культурными и экономическими связями России с европейскими странами. В учебных заведениях России, таких как Академия наук, Академия художеств, Московский университет, Артиллерийская и Инженерная дворянские школы, а также, наряду с ними гимназии, училища, Смольный институт благородных девиц. В конце XVIII – начале XIX века наряду с другими дисциплинами стали вводить и обучение иностранным языкам.

М.В. Ломоносов, В.Г. Белинский, А.И. Герцен, Н.А. Добролюбов, К.Д. Ушинский, Д.И. Писарев, Н.Г. Чернышевский, Н.И. Пирогов, Л.Н. Толстой, Т.Н. Грановский считали возможным и необходимым во всех учебных заведениях в России вводить такой предмет, как иностранный язык.

М.В. Ломоносов, рассматривая методы преподавания иностранных языков в России, раскритиковал преобладающую в то время методику схоластической теории единой для всех языков грамматики, а именно грамматико-переводный метод. Как справедливо отметил профессор И.П. Суслов, «схоластика...вовлекла в свою сферу грамматику, соединив в одном потоке исследований философию языка и грамматику»[1].

М.В. Ломоносов поставил определенные задачи обучения иностранным языкам. По его мнению, учащихся надо было учить грамматике, чтению текста, пониманию содержания текста, ученик должен был в процессе обучения научиться вести беседу на иностранном языке, овладеть навыками произношения.

Выдающийся русский педагог К.Д. Ушинский настаивал на грамотном, профессиональном преподавании, как русского, так и иностранного языка. Он писал, что знание иностранных языков послужит для растущего поколения хорошим толчком для самостоятельного всестороннего развития, откроит новые горизонты науки. современный образованный человек просто обязан изучать опыт, накопленный как в России, так и выдающимися европейскими умами [2].

Надо отметить, что уже в конце XVIII века английский язык стал достаточно востребован по популярности в силу развития межгосударственных связей России и европейских стран, что означало знание требовало знания не только языка, но и национальной культуры и духовных ценностей этих стран. Несмотря на то, что английский язык был менее популярен среди дворянства и других сословий, чем французский и немецкий языки, в русских периодических изданиях, таких как «Отечественные записки», «Вестник Европы», «Современник», «Вестник иностранной литературы», «Воспитание и обучение», «Вокруг света» стали появляться статьи об общественно-политической и культурной жизни за рубежом. Так, в журнале «Вестник иностранной литературы» в рубрике «Из общественной и литературной хроники Запада» помещались такие статьи из жизни Англии, как «Английский институт журналистов», «Влияние прессы в Англии», «О библиотеках в Англии» и другие. Журнал «Вестник Европы» публиковал научно-популярные статьи об экономическом развитии и социальных реформах Англии [3].

Общественная жизнь России испытывала необходимость в изучении английского языка. За введение этой дисциплины в учебных заведениях России ратовали и немецкий богослов, историк и педагог, Антон Фридрих Бюшинг, являвшийся первым директором школы при церкви Святых Петра и Павла в 1761 году и Иван Иванович Бецкой, при его поддержке которого были открыты в 1772 году Императорское коммерческое училище и в 1893 году училище при Академии художеств.

О том, что изучение английского языка расширилось в разных учебных заведениях России этого времени свидетельствует издание таких пособий, как «Английская грамматика с русским переводом, сочиненная Михаилом Пермск (СПб., 1766). Автором пособия был русский писатель и переводчик Михаил Пермский, который долгое время провел в Англии, где работал в Лондоне при посольстве. После возвращения в Россию Михаил Пермский стал учиться и одновременно преподавать английский язык в Московском университете. Позже, в 1765 году он начал обучать кадетов английскому языку в Морском кадетском корпусе. В это время вышел его новый учебник «Азбука Англинская, или предводитель Англинского языка» [4] и «Англиска грамматика, сочиненная Морского шляхетнаго кадетскаго корпуса учителем Прохором Ждановым в пользу учащагося благороднаго юношества» [5].

Надо отметить, что Прохор Иванович Жданов и Михаил Пермский преподавали в Морском кадетском корпусе, которое, по словам Алексева М.П., «свыше столетия являлось у нас одним из главных правительственных насадителей живой английской речи» [6].

Учебник «Новые разговоры английские и российские, разделенные на 130 уроков для употребления юношеству и всем начинающим учиться сему языку изданные Прохором Суворовым» [7] стал еще одним пособием для изучения английского языка. Прохор Суворов был выдающимся математиком, окончившим Оксфордский университет и преподававшим в навигационной школе в городе Николаев.

В конце XVIII – первой половине XIX в. известный публицист, издатель, педагог, автор учебников и пособий Василий Степанович Кряжев издал пособие по изучению английского языка. Его учебник – «Аглинская грамматика: Заключающая в себе кратко все правила нужные для изучения сему языку, : С прибавлением употребительнейших разговоров, : Изданная в пользу обучающихся сему языку, и в особенности в пользу благородных воспитанников в Пенсиие при Императорском Московском университете» имело большой успех среди учителей и обучающихся английскому языку.

Так, в конце XVIII – первой половине XIX в. английский язык наряду с другими дисциплинами входил в программу российских учебных заведений, а в военных и коммерческих считался обязательным предметом. Преподавателями английского языка в России наряду с иностранцами были и соотечественники, обучавшиеся какой-то период в Англии и имевшие опыт как письменного, так и устного общения. Учебники и учебные пособия, написанные русскими учеными и издававшимися в России конце XVIII – начале XIX века были востребованы и получили заслуженное признание среди педагогов, преподававших английский язык.

Список литературы

1. Сусов, И. П. История языкознания : учеб. пособие для студентов ст. курсов и аспирантов / И. П. Сусов; Тверский гос. ун-т. Каф. общ. и клас. языкознания. – Тверь, 1999. – 191 с.
2. Ушинский, К. Д. Педагогические сочинения. В 6 т. Т. 2 / К. Д. Ушинский ; сост. С. Ф. Егоров. – Москва : Педагогика, 1988. – 496 с.
3. Чернявская, Н. Э. К истории распространения английского языка в России / Н. Э. Чернявская, Н. В. Киреева, Е. Н. Коренева // Архивариус. – 2016. – № 1 (5). – С. 51-53.
4. Библиография Василия Сопикова. – URL: https://antikvaria.ru/bibliography/vasilii-sopikov/sopikov_28/ (дата обращения: 10.10.2023).
5. Английская грамматика / Сочиненная Морскаго шляхетнаго кадетскаго корпуса учителем Прохором Ждановым в пользу учащагося благороднаго юношества. – Санкт-Петербург : При Мор. шляхет. кадет. корпусе, 1772.
6. Алексеев, М. П. Английский язык в России и русский язык в Англии / М. П. Алексеев // Уч. зап. / под ред. С. Д. Балухатого ; ЛГУ. – Ленинград : 1944. – Выпуск 9. – С. 77-137.
7. Вегелин, Жан Филипп. New English and Russian dialogues : Новые англинские и российские разговоры, : Разделенные на 130 уроков, для употребления юношеству и всем начинающим учиться сим языкам / Порядком г. Вегелина : Divided into 130 lessons, for the use of the youth & of all those that begin to learn the two languages / In the manner of J. Ph. Wegelin. – Москва : В типографии С. Селивановскаго, 1822. – [2], VI. – 244 с.

ПОЗНАНИЕ КУЛЬТУРЫ СТРАНЫ ИЗУЧАЕМОГО ЯЗЫКА ЧЕРЕЗ НАЦИОНАЛЬНУЮ КУХНЮ

В.Г. Шишмарова, А.П. Сороцкая
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: viktorija050882@mail.ru
e-mail: nasti-p@yandex.ru

Аннотация. В статье дается теоретическое обоснование модели «Презентация – Внимание – Сотрудничество – Развитие» с точки зрения философии, психологии и психолингвистики, рассматриваются специфические особенности иностранного языка в условиях применения данной модели, а также рассматриваются практические советы и пошаговая структура данной модели в процессе изучения иностранного языка.

Ключевые слова: иностранный язык, эмпиризм, соматический опыт, национальная кухня, иноязычная культура, кинестетика.

LEARNING CULTURE OF FOREIGN LANGUAGE THROUGH ITS NATIONAL CUISINE

V.G. Shishmarova, A.P. Sorotskaya
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: viktorija050882@mail.ru
e-mail: nasti-p@yandex.ru

Abstract. The article provides theoretical substantiation of the model «Presentation – Attention – Cooperation – Development» from the point of view of philosophy, psychology and psycholinguistics; the specific features of foreign language are considered in the conditions of application of this model, practical advice and step-by-step structure of this model in the process of learning a foreign language are also described.

Keywords: foreign language, empiricism, somatic experience, national cuisine, foreign culture, kinesthetic.

«...В первый вечер моей поездки за границу, в город Ванн, Франция, когда мне было шестнадцать лет, я обнаружила, что сижу за обеденным столом напротив французских «мамы» и «папы»; слева от меня – моя французская «сестра» Мари, а справа – её шестилетняя сестра Сесиль. Два года изучения французского языка в средней школе не подготовили меня должным образом к лингвистическим аспектам этого опыта, но мои языковые недостатки не помешали культурному обмену, который произошёл за ужином.

Действительно, то, что я узнала в тот вечер, вышло далеко за рамки грамматики и лексики и оказало неизгладимое влияние на моё понимание франкоязычных культур, а также на мою собственную концепцию себя».

Ария Дал Молин, доктор филологии, Калифорнийский университет

Общеизвестно и не поддаётся ни малейшим сомнениям то, что один из самых эффективных методов преподавания иностранного языка и культуры – это обучение за рубежом, обучение в языковой среде. К сожалению, из-за временных, финансовых и общественно-политических ограничений, обучение в стране изучаемого языка невозможно для большинства

преподавателей иностранных языков и для самих студентов. В связи с этим преподавателям приходится искать, самостоятельно разрабатывать эффективные альтернативные методы преподавания языка и культуры. В данной статье мы описываем метод преподавания иностранного языка и культуры, основанный на соматическом опыте, на изучении национальной кухни. Этот метод выводит студентов за рамки учебника и стремится имитировать те же динамические возможности интерпретации и личного самоанализа, которые часто представляются возможностью обучения за рубежом.

Цель преподавания языка и культуры – стимулирование поиска – как в культуре иностранного языка, так и в осознании себя. При этом нежелательно просто фокусироваться на компетенции в области языка и культуры. Вместо этого обучение должно способствовать развитию человека, изучающего язык, его способностей критически интерпретировать реальность окружающего мира на индивидуальном и глобальном уровнях. Необходим более тонкий подход к преподаванию культуры, чтобы отойти от принципа «обучение как приобретение» и сосредоточиться на культурной сложности, гибридности и взаимодействии различных перспектив. В современных исследованиях главным образом используются семиотические принципы для понимания межкультурных аспектов языкового образования. Диалогово-семиотический подход к преподаванию языка и культуры рассматривает их как процесс, а не как продукт, и стремится изучить значение культуры не как застывшее в определённом состоянии явление, а как возникающее в результате взаимодействия человека с учебным материалом. Семиотическая «подвижность» при этом бросает вызов традиционной нормативности обучения иностранным языкам, требует нетрадиционных видов деятельности, которые дают обучающимся возможность самостоятельно заниматься культурными исследованиями и смыслообразованием. Когда изучающие язык начинают использовать новую систему знаков, они, в свою очередь, начинают меняться и трансформироваться, поскольку язык конструирует исторический осадок значений, которые мы называем своим «я» [4, с. 298].

Действительно, в духе этой концепции изменчивой природы текстов и культур шотландский философ-эмпирик Дэвид Юм (1711-1776) выдвинул идею о том, что знание само по себе не является ни постоянным, ни фиксированным, и даже самые основные убеждения о естественном мире должны быть получены путем повторного опыта, а не индуктивного рассуждения [3, с. 144]. Эмпиризм, или философия, согласно которой познание происходит через чувственный опыт, прекрасно подходит для педагогических подходов к культуре, поскольку Д. Юм представлял себе знания как убеждения, а не как статичные факты. Более того, Джон Стюарт Милль (1806-1873) адаптировал эмпиризм Д. Юма в англоязычной философии XIX века, утверждая, что человек получает знания путём рассуждений и умозаключений, сделанных на основе непосредственного опыта [2, с. 87].

Образовательный подход экспериментального обучения, основанный в 1970-х годах, но получивший большее влияние и развитие в последнее десятилетие, особенно в американских колледжах и университетах, аналогичным образом использует соматический опыт изучения языка, но в ограниченном пространстве учебной аудитории он недостаточен. В связи с этим задача преподавателя иностранного языка состоит не в том, чтобы попытаться воссоздать или заменить ощущения от непосредственного опыта в учебной аудитории. Задача преподавателя – облегчить взаимодействие студентов с какой-то небольшой частью другого общества и его культуры с целью релятивизации понимания обучающимися их собственных культурных ценностей, убеждений и поведения и побудить их к самостоятельному исследованию окружающей их иноязычной среды. Именно поэтому учебные занятия должны быть основаны на исследовании, взаимодействии и интерпретации, с помощью которых студенты осмысливают полисемичные и гибкие культурные формы.

В данной статье мы предлагаем рассмотреть эмпирический подход к преподаванию французского языка как иностранного. Этот подход подчёркивает личный, субъективный, соматический опыт и направлен на развитие межкультурных навыков и рефлексивного понимания культуры, своей и другой. Обучающиеся работают вместе в процессе создания смысла культурных форм, текстов и репрезентаций имеет возможность обсудить свои взгляды со сверстниками, что требует от них критического анализа собственных убеждений и взаимодействия с альтернативными точками зрения.

Данный эмпирический подход к изучению иностранного языка и культуры основан на методе ПВСР (Презентация – Внимание – Сотрудничество – Развитие) крайне полезен в преподавательской практике, поскольку он был разработан для развития навыков интерпретации через индуктивное обучение, ориентированное на самого студента. Метод ПВСР выдвигает обучающегося на первый план в процессе изучения культурного смысла, возникающего в результате взаимодействия студента с учебным материалом.

Авторами данного метода являются Бонни Адаир-Хаук (доктор филологии университета Питсбурга, штат Пенсильвания США) и Ричард Донато (доктор филологии университета Питсбурга, штат Пенсильвания США). Они разработали педагогическую модель под названием РАСЕ (Presentation – Attention – Cooperation – Development), что в переводе с английского имеет вид ПВСР (Презентация – Внимание – Сотрудничество – Развитие). Далее в нашей статье мы будем использовать аббревиатуру ПВСР для обозначения названия данного метода.

По мнению создателей, данный метод обучения иностранному языку и культуре представляет собой промежуточный вариант обучения, который не позволяет преподавателю занять место всезнающего авторитета, но в то же время избегает создания учебной свободы, в которой студенты не уверены в том, что их попытки общения имеют смысл. Основываясь на культурно-

исторических теориях Льва Выготского о коммуникации и развитии высших психических процессов, модель ПВСР настаивает на создании динамичного, взаимного и интерактивного подхода к обучению иностранному языку. Преподаватели, использующие данную модель обучения, отмечают, что студенты, изучающие иностранные языки «выкладываются» на занятиях, посвящённых только языку, прежде, чем они, наконец, могли познакомиться с культурными аспектами процесса изучения языка. Педагоги заметили, что при использовании модели ПВСР студенты начинают изучать взаимосвязь языка и культуры уже на ранних этапах обучения благодаря аутентичным текстам, используемым на первом этапе данного метода.

Таким образом, модель ПВСР по своей концепции предназначена для преподавания культуры, не смотря на то, что её создатели в основном ориентировались использование модели для обучения грамматике.

Модель ПВСР – это четырёхэтапный процесс, который поощряет исследование учащихся через формирование прогнозов, гипотез и создание межличностного опыта изучения языка. Аббревиатура «ПВСР», как было упомянуто выше, означает четыре фазы обучения:

- презентация;
- внимание;
- сотрудничество;
- развитие.

В широком смысле первая половина обучения по модели ПВСР предполагает управляемую презентацию аутентичных материалов студентам с использованием только целевого языка, где преподаватель делает «крюк», чтобы привлечь внимание к конкретным языковым исследованиям, что обеспечивает обучение на основе рассказа. Последние два этапа «сотрудничество» и «развитие» призывают студентов выдвигать гипотезы о формах, которые они изучают на занятии, и, наконец, расширять эти гипотезы и использовать их в творческих межличностных целях.

В данной статье мы предлагаем рассмотреть внедрение модели ПВСР в процесс овладения французским языком посредством изучения французской кухни и культуры питания. При этом модель ПВСР выступает в качестве средства вовлечения кинестетических студентов в учебные занятия среднего уровня. Первые периоды модели проходят в аудитории, а та же в малых группах на встречах студентов во внеурочное время. Этот метод подчёркивает важность изучения культуры через осязаемый групповой опыт, который связывает первые периоды теории с реальной практикой. С помощью проекта «Ужин и кино» под руководством преподавателя и разработанных в соответствии с четырьмя фазами модели ПВСР, студенты учатся понимать культурные формы, тексты и репрезентации. Неформальная социальная среда проекта способствует трансформации рефлексии и развитию межкультурных навыков, помогая студентам критически исследовать себя и других в гетероглоссическом глобальном мире. Цель применения подхода, основанного на модели ПВСР, к преподаванию французской культуры (как и любой другой) – поставить студентов в центр

культурного поиска, чтобы они совместно создавали культурный смысл через сравнительный анализ, саморефлексию и диалог со своими сверстниками. Таким образом, проект «Ужин и кино» в большей степени опирается на психолингвистический подход Л. Выготского, чем даже сама модель ПВСР, поскольку именно Л. Выготский признал мощный инструмент, которым является общение между людьми за пределами учебной аудитории.

Существует много стилей обучения, но визуальный, слуховой и кинестетический (ВСК) стили обычно используются для классификации участников процесса обучения. Определение предпочтительных стилей обучения студентов и преподавание с учётом различных стилей позволяет повысить эффективность образования. На протяжении многих лет представители педагогической профессии ломают голову над вопросом: как преподавать с учётом различных стилей обучения? В частности, не существует единого мнения о том, как лучше преподавать культуру изучаемого языка. Значительный прогресс в этом достигнут для визуальных и аудиальных обучающихся благодаря интеграции наглядных пособий, аудиовизуальных демонстраций и обучения на основе литературы на занятиях по языку и культуре. Учебники также претерпели качественные изменения за последние годы, предлагая множество паратекстовых возможностей в виде видео, музыки и онлайн-занятий и дополнений к рабочей тетради, которые часто включают возможности прослушивания, короткие видеоклипы, художественные произведения, блоги, влоги и голосовые записи. При этом кинестетические обучающие не получают таких же широких возможностей в аудитории и за её пределами из-за ограниченности аудиторных занятий, не предлагающих обучающимся физических возможностей обучения.

Курсы театральной практики на языковых факультетах, направленные на обучение языку через театр, являются одним из немногих примеров, ориентированных на кинестетических обучающихся. Возможности обучения за рубежом также ориентированы на этот тип студентов. Проект «Ужин и кино» может быть реализован при изучении любого иностранного языка и культуры в качестве инновационной методики, а также для создания возможностей обучения кинестетических обучающихся. Изучение культуры через национальную кухню даёт осязаемую, многогранную возможность, которая особенно привлекает кинестетиков, создавая межличностную, практическую среду обучения, включающую взаимодействие и движение.

В данном проекте еда, национальная кухня используются как историческое и социологическое свидетельство в активном диалоге с прошлыми и настоящими формами иноязычных культур. Изучение чужой культуры – это процесс, в котором знания создаются путём преобразования опыта. Кажущиеся тривиальными и привычными действия, связанные с едой и приготовлением пищи, как мы утверждаем в данной статье, дают опыт, позволяющий понять культурные особенности поведения, ценности, отношения и перспективы. Обучение студентов с помощью кулинарии и

кухни заставляет их мыслить не только о самом потребляемом продукте, но и рассматривать связи с другими объектами, поведением, репрезентациями, нормами, ценностями, дискурсами, опытом, социальными отношениями, организациями, экономическими и политическими структурами. Поэтому размышления о важных культурных моментах, таких как взгляды на историю, окружающую среду, социальный класс, гендерные роли, возраст, религию и моральные ценности, незаметно и органично встраиваются в блок о еде на занятия иностранным языком. Еда и кухня являются носителями культурной информации, смысл которой может быть раскрыт только в ходе сложного процесса взаимодействия, размышления, критического анализа и создания смысла. Поэтому занятия и дискуссии о кухне в конечном итоге приводят к рассмотрению регионов, истории, географии, сельского хозяйства и социологии.

Национальные кухни франкоязычных стран, как и франкоязычные культуры в целом, не являются статичным, неподвижным культурным артефактом, а находятся в постоянном развитии, оставаясь при этом в диалоге с прошлым. Чтобы понять историю кухни той или иной культуры, необходимо обратиться к её литературе. Это и раблезианские пиры, и садеевские оргии, и банкеты *Le Bourgeois gentilhomme*, и накрытые столы Бальзака, Флобера, Мопассана, Золя. Если интервью с местными французскими шеф-поварами и изучение французских кулинарных книг помогут студентам получить культурную информацию о современной кухне и потреблении пищи, то отрывки из французской литературы помогут приобщиться к социальной истории и традициям, связанным с прошлым. Книга Жозефа Бершу «Гастрономия», книги Жана Антельма Бриллата-Саварина «Физиология удовольствия», «Искусство французской кухни XIX века», «Новая теория обеда» Оноре де Бальзака и «Большой словарь кухни» Александра Дюма – все они в разной степени способствовали распространению культурного идеала французской кухни в XIX веке. Таким образом, метод, описываемый в данной статье, побуждает преподавателей использовать еду на занятиях по французскому языку в качестве исторического и социологического свидетельства.

Поскольку каждая культура имеет свои кулинарные традиции, еда является особенно подходящей темой для реализации целей рефлексивности и межкультурного анализа на занятиях по иностранному языку. Таким образом, занятия по французской культуре должны быть основаны на самопознании и самоисследовании культуры еды, связанной с отдельными студентами. Они начинают с изучения своего собственного отношения к еде и кулинарным традициям, а затем переходят к другим точкам зрения.

Проект «Ужин и кино» разработан с учётом следующих целей обучения:

1. Поддерживать живое взаимодействие обучающихся на занятии по иностранному языку, что позволяет вовлечь их в процесс смыслообразования культурных форм, текстов, репрезентаций.

2. Развивать межкультурные навыки студентов, заставляя их критически анализировать свои собственные убеждения с учётом альтернативных точек зрения.

В течение реализации проекта «Ужин и кино» студенты, студенты разбиваются на небольшие группы, выбирают франкоязычный регион для своей группы, выполняют несколько исследовательских заданий, участвуют в интервью, выбирают региональные меню для группового обеда и готовят его в неформальной обстановке вне занятий. В заключение студенты каждой группы готовят презентацию о своём регионе, чтобы рассказать о своих межкультурных открытиях. При этом активный процесс познания, который побуждает студентов к осмыслению целевой культуры через кинестетическое взаимодействие с учебными материалами.

Как упоминалось выше, модель ПВСР – это четырехступенчатый процесс, который проводит студента через четыре фазы обучения (представление, внимание, совместная деятельность и развитие). В качестве подготовительного этапа к этому проекту студенты сначала размышляли о своих собственных привычках питания. Преподаватель и студенты готовят какое-то блюдо, которое по их мнению, являются культурным наследием или считаются традиционными в их семьях. Обучающиеся в аудитории обсуждают личные традиции питания полностью на иностранном языке. Преподаватель предоставляет студентам подсказки и примерные вопросы, над которыми они должны были подумать, прежде чем приступить к обсуждению. Диалог за ужином (или за обедом, в зависимости от времени занятия) оказался плодотворным для стимулирования межкультурного диалога об особенностях национальных кухнях России и Франции, для развития критически осмысливать свои личные взгляды. В качестве домашнего задания после занятия-диалога за ужином студенты написали на иностранном языке рефлексию о том, что они узнали за время ужина и сделали прогнозы относительно того, что они могли бы узнать о иноязычной культуре за время выполнения задания. Студенты придумали не менее пяти вопросов, касающихся французской кухни и французской культуры питания, которые они задали бы на встрече с французским шеф-поваром. Эти предварительные письменные задания позволяют студентам начать проводить межкультурные сравнения и делать выводы самостоятельно, а не просто получать информацию из книги или от преподавателя.

На втором этапе проекта – презентации – преподаватель представляет аутентичные культурные формы, тексты и репрезентации, которые студенты должны осмыслить. Один студент (сильный студент) выступал в роли шеф-повара. Ему задавали подготовленные заранее вопросы остальные студенты. Вопросы могли быть о французской кухне, о культурных традициях. Каждый студент должен был задать хотя бы один вопрос в течение занятия. Студент-шеф-повар рассказал о различии между работой шеф-повара в России и во Франции, о содержании и построении стандартного французского меню в сравнении с меню французских ресторанов в разных странах, а также о привычках клиентов в каждой стране. Студенты с интересом восприняли

интервью, и возникла оживлённая дискуссия об опыте работы шеф-повара с различными французскими кухнями и о разнице между высокой кухней и местными региональными блюдами.

После этапа «Презентация» студенты разбились на малые группы, определили регион для изучения. Им предложен следующий сценарий последующей работы: «Университет планирует отправить двух студентов на стажировку в ресторан в вашем регионе. Ваш университет нанял вас, чтобы вы познакомили двух будущих стажёров с кулинарной и общей культурой региона, чтобы подготовить их к первой поездке во Францию».

Этап «Внимание» в модели ПВСР располагается после представления аутентичного материала и направлен на то, чтобы учащиеся воспринимали и обращали внимание на исследуемые языковые формы. Затем студентам было поручено изучить географию, ландшафт, погоду, основные сельскохозяйственные продукты, население и экономику выбранного ими региона с помощью онлайн-исследований и использования библиотеки и библиотечных баз данных, чтобы установить связь между поведением, питанием и окружающей средой.

В дополнение к литературе XIX века о французской кухне в виде книг рецептов были представлены более современные представления о французских привычках питания в зависимости от региона. Сначала преподаватель предложил студентам проанализировать структуру французской трапезы своего региона в соответствии с информацией, представленной в предисловиях к книгам рецептов. В ходе межкультурной дискуссии группы сравнивали продолжительность, структуру и организацию французской трапезы с блюдами, приготовленными самостоятельно в рамках родной культуры.

Этап «Совместная деятельность» проходит в неформальной обстановке за пределами учебной аудитории. Студенты договариваются о встрече, вместе готовят еду, ужинают и смотрят фильм. Данный процесс должен быть задокументирован в виде фотографий и видео, а вся встреча должна проходить на изучаемом языке. Эти материалы будут использованы на этапе «Развитие», когда студенты будут рассказывать о своём опыте, и представят свои регионы одногруппникам.

Завершающий этап «Развитие» представляет возможность обучающимся творчески и межличностно использовать свои новые навыки. После обсуждения и выдвижения гипотезы о культурных открытиях студенты представляют свои выводы в виде официальной презентации и письменной рефлексии. Требования к презентации были следующими:

1. Представьте культурные и географические аспекты региона.
2. Представьте аспекты кухни региона.
3. Представьте меню, которое подготовила ваша группа, и подумайте, какие аспекты / ингредиенты блюд связаны именно с этим регионом.
4. Краткое содержание фильма.
5. Проанализируйте региональные аспекты в фильме (пейзажи, диалект, еда, одежда и т.д.).

Студенты по-разному могут интерпретировать параметры этих устных презентаций. Большинство из них использовали визуальное представление с помощью слайд-шоу и PowerPoint, в то время как другие группы предпочли театрально воплотить полученную информацию, представив оригинальную инсценировку.

Последняя часть задания – письменная рефлексия – позволила студентам сформулировать свои впечатления от проекта и смыслы, которые они вложили в культурные формы, в виде письменного отчёта на изучаемом языке. Это письменное задание дало студентам возможность оценить свои собственные отношения к еде в сравнении с тем, что они узнали о французской кухне.

В самом начале данной статьи мы упомянули о важности эмпиризма и обучения через опыт и чувства для преподавания иностранного языка и культуры, поскольку, мы считаем, что культура должна рассматриваться в динамичных терминах, которые приобретают смысл через повторяющийся опыт, а не статичных культурных фактов. Изучение иностранного языка является синонимом изучения другой культуры, так как каждое высказывание – это речевой акт, а каждый речевой акт культурно значим. Обучение в данном случае происходит через умозаключения, сделанные на основе опыта.

Таким образом, модель ПВСР для культурно-ориентированного обучения на занятиях по иностранному языку ставит студентов в центр субъективного процесса смыслообразования и способствует развитию культурных навыков, рефлексии и критического культурного анализа. Эта модель не превозносит взаимодействие с носителями языка как неперемное условие развития межкультурных навыков. Напротив, используя иностранный язык в дискуссиях со своими сверстниками во время ужина и после просмотра фильма участники проекта могут «вырваться» из рамок своей собственной грамматики и культуры, интерпретировать и договариваться через свой собственный субъективный и индивидуальный опыт использования иностранного языка.

Список литературы

1. Выготский, Л. Мышление и речь / Л. Выготский. – Изд. 5-е, испр. – Москва : Лабиринт, 1999. – 352 с.
2. Милль, Дж. С. О некоторых важнейших вопросах познания / Дж. С. Милль ; пер. с англ. Н. Хмелевского. – Изд. 2-е, испр., репр. изд. – Москва : URSS, 2010. – 530 с.
3. Юм, Д. Природа человека : с комментариями и объяснениями : хрестоматия / Дэвид Юм ; издание подготовлено Александром Марковым ; [перевод с английского С. И. Циретели и др.]. – Москва : АСТ, cop. 2019. – 284 с.
4. Kramsch, C. Teaching foreign languages in an era of globalization: Introduction / C. Kramsch // Modern Language Journal. – 2014. – 98 (1). – Pp. 296-311.

РАЗДЕЛ 16. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

СОДЕРЖАНИЕ АДАПТИВНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Е.А. Белецкая, Е.В. Мирошниченко
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: 280177@inbox.ru

Аннотация. Туризм является одним из самых популярных направлений современной экономики, которое привлекает огромное количество людей во всем мире, в связи с тем, что носит достаточно разнообразный характер. Особенностью туризма является и то, что можно работать с различными категориями населения, также ориентируясь и на такую категорию, как дети с ограниченными возможностями здоровья и нуждается в особом подходе и поддержке. Делается это для того, чтобы дети, имеющие ограниченные возможности здоровья могли максимально полно насладиться путешествием. В данной статье мы проанализировали специфику организации адаптивного туризма для детей, имеющих ограниченные возможности здоровья.

Для детей с ограниченными возможностями здоровья, отдых и путешествия являются не только источником развлечений, но и также выступают как средство развития и успешной социализации. Адаптивный туризм дает уникальную возможность взаимодействовать для детей с ограниченными возможностями за рамками привычного окружения, а также знакомиться с новыми местами, расширять знания о культуре, обрядах, традициях, принимать участие в различных мастер-классах и др.

Ключевые слова: адаптивный туризм, доступная среда, интеграция, доступный туризм, социально-культурная среда.

THE SPECIFICS OF ORGANIZING AFFORDABLE TOURISM FOR CHILDREN WITH DISABILITIES

Е.А. Beletskaya, E.V. Miroshnichenko
Belgorod State University of Art and Culture
e-mail: 280177@inbox.ru

Abstract. Tourism is one of the most popular areas of the modern economy, which attracts a huge number of people all over the world, due to the fact that it is quite diverse. The peculiarity of tourism is that it is possible to work with different categories of the population, also focusing on such a category as children with disabilities and needs a special approach and support. This is done so that children with limited health opportunities can fully enjoy the journey. In this article, we analyzed the specifics of the organization of adaptive tourism for children with disabilities.

For children with disabilities, recreation and travel are not only a source of entertainment, but also act as a means of development and successful socialization. Adaptive tourism provides a unique opportunity for children with disabilities to interact outside their usual environment, as well as to get acquainted with new places, expand knowledge about culture, rituals, traditions, take part in various master classes, etc.

Keywords: adaptive tourism, accessible environment, integration, accessible tourism, socio-cultural environment.

В современных условиях специфика организации доступного туризма для детей с ограниченными возможностями здоровья имеет свои особенности. Данный подход требует владения определенными знаниями, а также наличия практических навыков. Специалисты, которые работают с данной категорией должны знать особые потребности детей данной категории, так же уметь создать необходимые и соответствующие условия. К примеру, дети, имеющие ограниченность в передвижении нуждаются, как в специальном оборудовании, так и в безбарьерной инфраструктуре. Детям, у которых имеются нарушения слуха или зрения, нужны специалисты, которые имеют профессиональные компетенции работы с данной категорией детей. Адаптивный туризм в современных условиях одно из приоритетных и достаточно динамично развивающихся направлений в данной отрасли [2].

Организация адаптивного туризма для детей с ограниченными возможностями здоровья требует соблюдения определенных мер безопасности, а также оказания медицинской поддержки. Организаторами туров должны учитываться все моменты и особенности детей, чтобы создать все необходимые условия для комфортного путешествия.

Адаптивный туризм – это такой туризм, который позволяет людям, которые имеют ограниченные возможности здоровья, комфортно путешествовать. Основная цель адаптивного туризма направлена на то, чтобы дети с ограниченными возможностями здоровья могли жить полноценной жизнью. Первостепенной задачей адаптивного туризма выступает следующий аспект – предоставить людям, имеющие ограниченные возможности, равные возможности для знакомства с новыми культурами, местами и историческими памятниками.

Основным законодательным документом, который регулирует туристскую деятельность, является Федеральный закон № 132-ФЗ от 24 ноября 1996 года «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В данном документе излагаются основные правила и требования, которым должны следовать организации, реализующие туристическую деятельность, а также изложены права и обязанности туристов. В российских реалиях разработаны разные туристические предложения для людей, которые имеют ограниченные возможности. Для людей, имеющих ограниченные возможности здоровья, огромное значение имеет доступность туристических объектов и отправляясь в путешествие, человек не должен ни в коем случае испытывать дискомфорт.

В связи с тем, что обзорные экскурсии направлены на посещение различных достопримечательностей, в том числе, музеев, исторических мест и т.д. И, соответственно, исходя из этого, необходимо учитывать концепции инклюзивного туризма. Например, все объекты должны быть оборудованы следующим: пандусами, лифтами и другой инфраструктурой для того, чтобы люди, имеющие ограниченные возможности, могли комфортно передвигаться во время осмотра и знакомства с достопримечательностями. Для туристов, которые являются слабослышащими, в ходе посещения музеев и других туристических объектов должен быть предусмотрен перевод текста на язык

жестов, предоставление специальных аудиогидов, а также сопровождение различными средствами коммуникации для туристов, имеющих слабый слух.

Для туристов, имеющих нарушения зрения, предполагается применение для комфортного путешествия следующих составляющих: аудиогидов, тактильных карт, тифлокомментария и других средств.

Организация путешествия туриста-колясочника должна учитывать особенности данной категории людей, которые имеют ограничения в передвижении и учитывать соответственно все нюансы: транспорт на протяжении всего маршрута должен быть оснащен в соответствии с требованиями подъема и спуска, возможность отремонтировать коляску, а также, если необходимо взять напрокат и др. [7].

Люди, имеющие ограниченные возможности здоровья, часто сталкиваются с различными трудностями, как в бытовом плане, а также и в социальном. И гарантом решения сложной ситуации выступает социальная защита инвалидов, то есть система определенных, как социальных, так и правовых мер, которые призваны создавать для людей с ограниченными возможностями условия для преодоления определенных ограничений в их жизнедеятельности, так как для успешной интеграции в общество необходимо создание равных возможностей для людей с ограниченными возможностями.

Необходимость создания условий для полноценного участия людей с ограниченными возможностями в политической, социально-культурной жизни является важным аспектом современности. Туристическая деятельность оказывает положительное влияние на людей с ограниченными возможностями, так как это прекрасная возможность насладиться путешествием, расширить свои границы, взглянуть новым взглядом на мир вокруг, что, соответственно, способствует переоценке своих возможностей, повышению мобильности и готовности к преодолению определенных жизненных невзгод.

Для детей с особыми потребностями разрабатываются специальные туристические программы, которые учитывают личные потребности детей. Данные программы включают различные мероприятия, направленные на физическое, интеллектуальное и социальное развитие детей с ограниченными возможностями.

В настоящее время виртуальные экскурсии пользуются большим спросом в современных реалиях. Так же в наши дни именно виртуальная экскурсия обладает особыми функциями, что выделяет её среди остальных. Предоставления возможности путешествий людям с ограниченными возможностями. Людям с ограниченными возможностями здоровья сложно путешествовать, поэтому виртуальная экскурсия поможет им в этом.

Работа по созданию экскурсии будет выглядеть следующим образом. На первом этапе будут определяться тематика, цели и задачи экскурсии. Здесь же будут выбраны непосредственно объекты показа. Данный этап предусматривает ознакомление с различного вида информацией, её отбор; развитие интереса к тематике экскурсии, к достопримечательностям и

объектам, освещенным в ней; развитие эстетического восприятия [1]. Второй этап – ознакомление с разными видами виртуальных экскурсий. Здесь производится непосредственно ознакомление с технологиями, благодаря которым можно создать виртуальную экскурсию.

Третий этап – это представление готовой работы, что означает проведение самой экскурсии. Создатель экскурсии примеряет на себя нелегкую работу экскурсовода. Экскурсанты могут оценить проделанную работу по следующим критериям:

- содержание;
- владение информацией экскурсовода;
- качество оформления материалов;
- степень трудоемкости работы с различными видами данных;
- указание достоверных источников;
- грамотность в постановке речи;
- способность экскурсовода ответить на различные вопросы по материалу в ходе экскурсии [6].

Одной из главных целей адаптивного туризма для детей с ограниченными возможностями выступает формирование доступной и комфортной среды, позволяющая этим деткам включаться и участвовать в разнообразных видах деятельности. И под доступной и комфортной средой предполагается обустройство специальной инфраструктуры, а также грамотный и обученный персонал, который помогает и обеспечивает безопасность и комфорт для детей, имеющих ограниченные возможности. Адаптивный туризм направлен на то, чтобы формировать у общества способность к со-переживанию, со-творчеству, со-трудничеству. И это дает возможность установления дружеских взаимоотношений и повышения самооценки для всех участников.

Важно отметить, что организация туристических мероприятий для детей с ограниченными возможностями требует привлечения определенных ресурсов. Конечно, благодаря данным усилиям, дети с ограниченными возможностями будут иметь великолепную возможность наслаждаться путешествием.

Основными составляющими адаптивного туризма выступают такие виды туризма, как реабилитационный и рекреационный.

Реабилитационный туризм направлен на улучшение как физического, так и психического состояния детей, имеющих ограниченные возможности здоровья. Направленность может быть различной. В формате данного вида туризма могут быть организованы различные тренинги, курсы психологической поддержки, а также различные спортивные мероприятия: йога, плавание и другие.

Рекреационный туризм направлен на восстановление как физических, так психических и психологических сил детей, имеющих ограниченные возможности здоровья. Многими туроператорами разработаны интересные предложения, учитывающие потребности данной категории.

В реабилитационном туризме физическая активность играет важнейшую составляющую в процессе реабилитации детей, имеющих ограниченные возможности. Все это направлено на укрепление мышц, улучшение координации движений, развитие гибкости и выносливости. Выполнение физических упражнений помогает деткам почувствовать свое тело, также укрепляет дух, помогает достигать новых вершин, способствует преодолению своей неуверенности.

Приоритетное место в процессе реабилитации детей, имеющих ограниченные возможности, играет социальная адаптация. Различные виды туризма способствуют участию детей с ограниченными возможностями в различных мероприятиях, которые помогают выстраивать коммуникации с другими участниками, развивать навык работы в команде и др., что будет способствовать адаптации в обществе, социальной сфере [3].

Важнейшей составляющей процесса реабилитации детей, имеющих ограниченные возможности здоровья, является психологическая поддержка. Адаптивный туризм для детей, имеющих ограниченные возможности, дает возможность не только продуктивно отдыхать, но и способствует саморазвитию. Участие в мероприятиях с туристической программой помогает детям с ограниченными возможностями формировать у них эмоциональную стабильность, развивать самосознание и саморегуляцию, лидерские качества, формировать навыки принятия решений, так как дети имеют возможность выражать свои эмоции, делиться опытом, что способствует их психологическому росту и развитию.

Адаптивный туризм предоставляет широкие возможности для детей с ограниченными возможностями получения новых знаний, формирования и развития как творческих, так и интеллектуальных способностей, расширение мировоззрения. В рамках данного вида туризма организуются различные туристические мероприятия, в пакет которых входит посещение выставок, достопримечательностей, музеев, исторических реконструкций, театров, а также участие в мастер-классах и тренингах.

Сейчас инфраструктура размещения туристов интенсивно развивается, в том числе направлена и на комфортный прием людей с ограниченными возможностями, так как размещение влияет на комфортность проживания и, соответственно, на удовлетворение туристических потребностей. Отели, пансионаты, гостиницы и др. создают для туристов, имеющих ограниченные возможности, благоприятные условия, чтобы проживание было комфортным. Существуют различные элементы доступности, которые обеспечивают равные возможности для туристов, имеющих ограниченные возможности, например, это могут быть специальные лифты, пандусы, а также специально обученный персонал, работающий с данной категорией гостей [2].

В успешности социальной интеграции важную роль играет освещение, понимание и принятие проблем детей, имеющих ограниченные возможности здоровья. Ведь недостаток информации приводит к возникновению определенных стереотипов, а также предрассудков, которые являются дополнительным препятствием в социальной интеграции. И связи с этим,

организация различных обучающих программ, проведение специальных тренингов способствуют расширению знаний, повышению осведомленности общества в целом, что является важным шагом в обеспечении эффективной социальной интеграции лиц, имеющих ограниченные возможности [3]. Соответственно, успешность социальной интеграции людей с ограниченными возможностями в полной мере зависит от понимания проблемы, правовой грамотности и готовности к самореализации и интеграции в общество [5].

Таким образом, можно заключить, что адаптивный туризм для людей с ограниченными возможностями выступает важнейшей составляющей социального развития и интеграции. Адаптивный туризм способствует созданию комфортных условия для путешествия детей с ограниченными возможностями, что позволяет активно участвовать в общественной жизни, существенно расширять имеющийся кругозор.

Таким образом, организация адаптивного туризма для детей с ограниченными возможностями здоровья имеет важное значение в рамках обеспечения равных возможностей в обществе. Это позволяет получить новый опыт, расширить границы своей жизнедеятельности и получить удовольствие от путешествий.

Список литературы

1. Бронникова, И. В. Формирование нравственно-эстетической культуры подростка в современных условиях средствами социально-культурной деятельности / И. В. Бронникова // Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса : материалы Международной научной конференции студентов и молодых ученых. Посвящена 80-летию ДонНУ, Донецк, 17–20 октября 2017 года. Том 4 / под общей редакцией С. В. Беспаловой. – Донецк : Донецкий национальный университет, 2017. – С. 173-174.
2. Калашникова, Н. Н. Инновационные технологии как приоритетный компонент социокультурного развития на современном этапе: опыт учреждений культуры Белгородской области / Н. Н. Калашникова // Культура. Наука. Интеграция. – 2014. – № 1 (25). – С. 23-30.
3. Мирошниченко, Е. В. Специфика социально-культурной реабилитации детей с ограниченными физическими возможностями в досуговой сфере / Е. В. Мирошниченко, Т. И. Иванова // Новая наука: Стратегии и векторы развития. – 2016. – № 3-1 (70). – С. 70-75.
4. Пендюрин, Е. А. Анализ современного состояния туристской индустрии г. Белгорода по организации туров для детей с ограниченными возможностями здоровья / Е. А. Пендюрин // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики : сборник докладов Международной научно-практической конференции, Белгород, 08 февраля 2017 года. В 6 т. Том 3. – Белгород : БГИИК, 2017. – С. 62-64.
5. Товолжанская, Н. В. Социокультурные подходы к реабилитации и адаптации лиц с нарушениями жизнедеятельности (на примере Белгородской области) / Н. В. Товолжанская // Наука. Искусство. Культура. – 2014. – № 4 (4). – С. 94-100.
6. Харьковская, Е. В. Развитие познавательной активности молодежи средствами приключенческого туризма / Е. В. Харьковская, Е. А. Пендюрин // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики : сборник материалов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Белгород, 08 февраля 2019 года. В 4 томах. Том 3. – Белгород : БГИИК, 2019. – С. 139-143.

7. Фортова, О. А. Туристско-экскурсионные услуги на Белгородчине: современное состояние / О. А. Фортова // Электронный научно-практический журнал «Культура и образование». – 2014. – № 2 (6). – С. 38.

ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Е.А. Белецкая, Е.В. Харьковская
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: 280177@inbox.ru

Аннотация. В статье рассмотрены основные стратегии продвижения туристского продукта, которые являются важной составляющей успешной работы в сфере туризма. В современных условиях специалисты в области позиционирования и продвижения туристских продуктов эффективно применяют как онлайн-технологии, так и оффлайн-методы, что значительно способствует увеличению узнаваемости туристского продукта, привлечению новых потребителей, формированию положительного имиджа туристической фирмы и др. В статье детально проанализированы применение онлайн-технологий и оффлайн-методов в продвижении туристского продукта.

Ключевые слова: туристский продукт, продвижение, реклама, целевая аудитория, туризм.

THE MAIN TOOLS FOR PROMOTING A TOURIST PRODUCT

E.A. Beletskaya, E.V. Kharkovskaya
Belgorod State University of Art and Culture
e-mail: 280177@inbox.ru

Abstract. The article discusses the main strategies for promoting a tourist product, which are an important component of successful work with the tourism sector. In modern conditions, specialists in the field of positioning and promotion of tourist products effectively apply both online technologies and offline methods, which significantly contributes to increasing the recognition of a tourist product, attracting new consumers, forming a positive image of a travel company, etc. The article analyzes in detail the application of online technologies and offline methods in the promotion of a tourist product.

Keywords: tourism product, promotion, advertising, target audience, tourism.

Туризм является одной из крупнейших отраслей в мире, вклад которой в мировую экономику составляет более 7,5 триллиона долларов. Чтобы доставить удовольствие путешественникам и быть впереди в этом быстро меняющемся мире, важно найти и применять на практике эффективные маркетинговые методы и стратегии.

В большинстве случаев турфирмы работают с клиентами в нескольких форматах одновременно:

- подбор индивидуальных туров;
- коллективные мероприятия;
- корпоративное сотрудничество.

Туристский продукт – это концепция, состоящая из множества компонентов. Они состоят из туристических достопримечательностей; предоставление транспортных средств, жилья и связанных с этим объектов и источников развлечений. Эти компоненты могут предоставляться одной компанией или группой компаний туристической отрасли. Это также предполагает, что туристы наслаждаются этими продуктами с того момента, как они выходят из дома, и до момента возвращения домой.

Продвижение туристского продукта является важнейшим компонентом и залогом успешного развития туристического бизнеса в современных условиях. На помощь менеджерам и маркетологам пришли онлайн-технологии, онлайн-продажи, которые являются наиболее эффективными и доступными методами привлечения новых клиентов, также способствуют увеличению продаж.

Продвижение туристического продукта в Интернете может использоваться как вспомогательная площадка для позиционирования туристических продуктов, а также для привлечения потенциальных клиентов и параллельно, как самостоятельный метод взаимодействия с целевой аудиторией. Конечно, и в том, и в другом случае, приоритетной целью является повышение осведомленности и привлечение внимания к туристическим продуктам.

Современные средства и методы продвижения туристских продуктов включают в своей спектр деятельности цифровые технологии и онлайн-платформы для эффективной работы. Основным аспектом успешного продвижения туристических продуктов в Интернете выступает поисковая система веб-сайта. Чтобы достичь высоких позиций в результатах поиска для этого необходимо улучшать такие составляющие, как навигация веб-сайта, применение ключевых слов и др. Также важно не забывать применять различные инструменты интернет-маркетинга с целью добиться максимального охвата целевой аудитории, к которым относятся: контекстная реклама, мессенджеры, социальные сети, директ mail и другие каналы коммуникации. Все это позволяет привлекать новых клиентов, но и поддерживать связь с имеющимися клиентами, оперативно предоставлять актуальную информацию о специальных предложениях, акциях и скидках.

Необходимо тщательно подходить к созданию качественного и привлекательного контента: фотографии, описание, комментарии – все это помогает создать положительный имидж туристическому продукту и побудить потребителя к его приобретению. Для создания ярких впечатлений, положительного образа турагентства и туроператоры разрабатывают виртуальные туры по интересным местам. Для того, чтобы турпродукт был интересен целевой аудитории, необходимы изучить ее запросы, возможно наладить обратную связь и другое. Все это позволит туристически компаниям создавать актуальные и интересные предложения, в свою очередь, все это будет способствовать удовлетворения разных запросов и потребностей у целевой аудитории.

Для работы с целевой аудиторией привлекают специалистов в сфере рекламы и PR, которые работают по следующим принципам:

- заинтересовать клиента;
- «подогреть» интерес клиентов;
- удерживать их заинтересованность;
- ненавязчиво подвести к принятию решения о покупке.

Изучение потенциальной целевой аудитории достаточно важно момент в сфере туризма с целью выявления потребностей определенной группы. Целевая аудитория также имеет свои особенности и ряд характеристик:

- демографические данные: это возраст, пол, семейное положение, наличие детей и др.;
- цель поездки: активные виды отдыха, пляжный туризм, экскурсионный отдых, экстремальный и др.;
- потребности и мотивация: отдых, релаксация, новые впечатления и др.;
- предпочтения: размещение во время поездки; бюджет, продолжительность отдыха и др.

Более того, чтобы собрать информацию по аудитории, существуют эффективные способы:

- анкетирование;
- онлайн-сервисы (например, Google Forms), где можно самостоятельно разработать вопросы, которые вам необходимы для изучения;
- аналитика поисковых систем (например, Яндекс.Метрика, Google Analytics и др).

Указанные способы получения информации могут применять в работе специалисты турагентств. Целевая аудитория для туристического агентства является важным инструментом для того, чтобы понять все потребности определенной аудитории и, соответственно, разработать стратегии продвижения турпродукта. Ведь любой туристский продукт создается с учетом того, чтобы это было кому-то интересно и соответствовало покупательской способности. На практике, чтобы организовать любой тур, потребуется обеспечение туристов транспортом, жильем, организация питания и т.п. Поэтому туристические фирмы сотрудничают с организациями, которые специализируются на предоставлении турфирмам сопутствующих услуг (средства размещения, транспорт, сопровождение туристов, предприятия общественного питания и др.). Для того чтобы учесть интересы целевой аудитории, ее предпочтения, вся полученная информация будет способствовать разработке качественного турпродукта.

Основная цель рекламы состоит в том, чтобы привлечь внимание потребителя к турпродукту, заинтересовать его данным предложением, предоставить информацию, сформировать потребность в приобретении данного турпродукта.

Оффлайн-методы играют важную роль в продвижении туристского продукта. Не надо сбрасывать со счетов использование оффлайн-методов в

продвижении туристских продуктов, к которым относится участие в туристических выставках, мероприятиях и др., все это работает на формирование положительного имиджа у потребителей и партнеров. Организация и проведение семинаров, тематических мероприятий, фестивалей, экскурсий, которые позволят представить аудитории информацию о имеющихся туристских продуктах.

Таким образом, можно констатировать вышесказанное. Продвижение турпродуктов в Интернете является важнейшей частью работы туристического агентства, так как онлайн-продвижение позволяет охватить широкую аудиторию, повысить узнаваемость турпродукта, а также привлечь и новых клиентов. Не стоит забывать о том, что важно применять комплексный подход для того, чтобы получить высокий результат, который будет способствовать росту туристического бизнеса и получению дохода.

Чтобы привлечь потенциальных клиентов на туристический сайт, нужно сначала оптимизировать его для поисковых систем. Видимость в поисковых системах является главным приоритетом для туристических агентств и операторов. Пример: 95% кликов приходится на первую страницу Google, Яндекс и Safari, 3% кликов приходится на вторую страницу и 2% – на третью страницу.

Как оптимизировать туристический сайт? Поисковые системы, такие как Google и Яндекс, регулярно меняют свои алгоритмы, чтобы разместить туристический веб-сайт с соответствующим контентом на странице результатов.

Поэтому крайне важно, чтобы наряду с поисковыми системами также регулярно обновлять соответствующий контент на своем веб-сайте, а не заполнять контент только ради ключевых слов. Поисковые системы продвигают веб-сайты в зависимости от уровня удовлетворенности пользователя.

Реклама – это такая форма коммуникации, которая направлена на то, чтобы информировать в одновременно большое число потенциальных потребителей. Основное предназначение рекламы – это привлечение внимания, побуждения интереса, мотивация к приобретению рекламируемого продукта. Используя каналы социальных сетей и платформы поисковых систем, необходимо оптимизировать свою маркетинговую практику тем самым выделяться среди конкурентов.

Подарочные карты на скидку или розыгрыш призов. Хорошо организованный онлайн-розыгрыш должен не только привлечь внимание к вашей компании, но и привести к значительному увеличению числа подписчиков. Каждый из них может стать следующим ценным клиентом. Например: если работать из офиса, можно провести лотерею. При покупке тура, турист должен взять выбранный билет, убрать стираемое покрытие и получить свой приз (минимум – «конфета» / «супер приз» – чемодан).

Электронный маркетинг. Под этим пунктом подразумевается рассылка выгодных туров (скидок, розыгрышей) в социальных сетях (Viber, Telegram, VK).

Виртуальная экскурсия как инструмент для изучения продвигаемых мест туристическими фирмами. Не каждая туристическая компания по тем или иным причинам может посетить каждые предлагаемые ей обзорные объекты или страны. Как минимум экономическая составляющая этого вопроса станет препятствием к проверке всех необходимых мест. Тут на помощь конечно же придет виртуальная экскурсия, которая с легкостью подтвердит как плюсы, так и минусы в формате отдыха в различных странах.

Виртуальные экскурсии в рекламе. Прежде чем отправиться в путешествие или оплатить какую-то экскурсию, каждый человек узнает достаточное количество информации о планируемом к посещению объекте. И именно использование виртуальной экскурсии в рамках рекламной компании какого-либо объекта или страны имеет наибольший спрос среди туристов и экскурсантов.

Партнерский маркетинг – это процесс, при котором издатели получают комиссию, продвигая продукт или услугу, созданную другим продавцом или рекламодателем, с использованием партнерской ссылки.

Обычно партнеры получают вознаграждение за продажу. Но некоторые программы партнерского маркетинга могут вознаграждать вас за потенциальных клиентов, пользователей бесплатной пробной версии, переходы на веб-сайт или загрузку приложения.

Партнерская сеть – это веб-сайт, который объединяет авторов или влиятельных лиц с партнерскими программами различных брендов. Партнерские отношения могут укрепить ваш бренд. И если партнерство приносит пользу клиентам, вы можете быть уверены, что оно положительно повлияет на ваши маркетинговые усилия.

Визуальные эффекты. Красивое небо кубинского заката, ярко-голубая вода у побережья Таиланда, захватывающий вид Тадж-Махала – осмотр достопримечательностей – одна из главных причин, по которой люди выбирают путешествие.

Независимо от того, какое путешествие вы предлагаете, не оставляйте визуальные эффекты второстепенным вопросом. Профессиональные фотографии, будь то курорт «все включено», туристическое агентство, транспортная служба или что-то еще, могут принести пользу нескольким аспектам вашей стратегии туристического маркетинга.

Включайте фотографии и видеоконтент в свои публикации в социальных сетях, чтобы сделать их более привлекательными. Вы также можете создать «виртуальный тур», если это имеет смысл для вашего бизнеса. Подобные стратегии видеомаркетинга повышают легитимность вашего бренда и помогают людям чувствовать себя более уверенно, зная, чего ожидать, прежде чем совершать покупку.

Таким образом, разработка успешной стратегии продвижения для индустрии путешествий и туризма требует большой работы и самоотверженности. Специалистам по продвижению турпродукта необходимо владеть информацией по наличию аналогичных товаров и услуг у конкурентов и, исходя из этого, разрабатывать стратегию продвижения.

Для создания положительного впечатления от турпродукта, необходим грамотный подход к презентации новой туристской услуги или товара потенциальным потребителям, что указывает на изучение потребностей целевой аудитории. Туристские продукты надо предлагать через различные источники, к ним мы относим личный web-сайт, каналы в различных мессенджерах, контекстную рекламу. Все это позволит привлекать большую аудиторию и продавать свои туристские услуги и товары.

Список литературы

1. Волкова, А. О. Значение социально-культурной среды в процессе реализации досуговых потребностей молодежи / А. О. Волкова // Современная праздничная культура России: традиции и инновации : сборник материалов II Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Белгород, 17 апреля 2023 года. – Белгород : БГИИК, 2023. – С. 100-103.
2. Контаренко, И. А. Современное состояние регионального туристского рынка на Белгородчине (на примере Краснояружского района) / И. А. Контаренко, Н. В. Товолжанкая // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики : сборник докладов Международной научно-практической конференции, Белгород, 08 февраля 2017 года. В 6 т. Том 3. – Белгород : БГИИК, 2017. – С. 57-59.
3. Пендюрин, Е. А. Проектирование водно-оздоровительного тура (на примере Волоконовского района) / Е. А. Пендюрин, Е. В. Харьковская // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики : сборник докладов Международной научно-практической конференции, Белгород, 08 февраля 2017 года. В 6 т. Том 3. – Белгород : БГИИК, 2017. – С. 117-121.
4. Слабковская, А. К. Условия развития внутреннего культурно-познавательного туризма в Белгородской области (на примере проектирования экскурсии «Белгород театральный») / А. К. Слабковская // Культурные тренды современной России: от национальных истоков к культурным инновациям : сборник докладов VI Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых учёных, Белгород, 25 апреля 2018 года. В 4-х томах. Том 2 / ответственный редактор И. Е. Белогорцева. – Белгород : БГИИК, 2018. – С. 177-179.
5. Харьковская, Е. В. Современное состояние развития спортивно-оздоровительного туризма / Е. В. Харьковская // Наука. Культура. Искусство: Актуальные проблемы теории и практики : сборник материалов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Белгород, 02 февраля 2023 года. В 5-ти томах. Том 5 / отв. редакторы Н. В. Посохова, В. В. Кистенев, Н. Е. Мережко, С. А. Енина, М. Е. Мережко, О. Г. Еремина. – Белгород : БГИИК, 2023. – С. 354-360.

МУЗЕЙ В СФЕРЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

И.Н. Бутова, Л.И. Себелева

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: madam.butova2013@yandex.ru

e-mail: lorik0509@mail.ru

Аннотация. Данная статья рассматривает возможности музея в сфере культурного туризма. Музеи в своей деятельности используют уникальные формы работы, которые позволяет туристам окунуться в атмосферу искусства, культурного наследия и традиций. В данном направлении музеи получают колоссальную

государственную поддержку, отражающаяся в создании музейно-туристических кластеров.

Ключевые слова: музей, потенциал, культурный туризм, продукт, сфера туризма, музейный фонд, культурное наследие, информационные технологии, государственная поддержка.

MUSEUM IN THE FIELD OF CULTURAL TOURISM

I.N. Butova, L.I. Sebeleva

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: madam.butova2013@yandex.ru

e-mail: lorik0509@mail.ru

Abstract. This article examines the possibilities of the museum in the field of cultural tourism. Museums use unique forms of work in their activities, which allows tourists to plunge into the atmosphere of art, cultural heritage and traditions. In this area, museums receive enormous government support, reflected in the creation of museum and tourism clusters.

Keywords: museum, potential, cultural tourism, product, tourism sector, museum fund, cultural heritage, information technology, government support.

В настоящее время туризм представляет одну из наиболее популярных форм досуга в современном обществе, который занимает ведущую роль в получении и расширении общих знаний, а в частности, культурной эрудиции человека.

Современный туризм можно условно разделить на великое разнообразие типов, но особую популярность среди всего разнообразия занимает культурный туризм.

Музеи и музейные комплексы обладают огромным потенциалом в области культурного туризма. Так как для туристов посещение музеев и выставок является основной и ключевой частью поездки.

Являясь одной из ведущих составляющих культурного туризма, музеи предоставляют своим посетителям уникальные возможности окунуться в богатейшую атмосферу культуры, искусства, археологии и истории различных народов.

С развитием технологий видоизменяются и предпочтения в туристской индустрии, что отражается на взаимодействии музеев и культурного туризма. Инновационные подходы в создании туристических маршрутов, повышают качество обслуживания туристов, развиваются музейно-туристические кластеры, повышается международное сотрудничество.

Культурный туризм основан на интересе туристов к культуре и ориентирован на путешествия, путем живого вовлечения туристов в атмосферу культурных традиций. Он предоставляет возможность познакомиться с различными аспектами культуры, включая музеи, исторические места, памятники архитектуры, фестивали, народные традиции, кухню и другие элементы культурного наследия.

Стоит отметить, что культурный туризм направлен не только на культурное просвещение и обогащение населения. Он оказывает большое влияние на состояние экономики региона. С привлечением туристов развивается инфраструктура, создаются новые рабочие места. Поэтому для многих стран культурный туризм является важным источником дохода и развития, где прослеживается эффективное взаимодействие музеев со сферой индустрии туризма, имеющее стратегическое значение для развития культурного туризма и культурного наследия России.

Являясь продуктом туристской индустрии, музеи дают возможность погрузиться в историю, искусство и культуру различных народов.

В России существует множество различных типов музеев, включая исторические, художественные, этнографические, природные и другие. Каждый тип музея имеет свою специфику и предлагает уникальные экспозиции и программы, привлекая различные категории туристов. Современные российские музеи обладают уникальными экспозициями и коллекциями, которые представляют ценные артефакты, произведения искусства и исторические документы. Это привлекает внимание и интерес туристов, которые стремятся увидеть эти уникальные объекты.

Российские музеи активно развивают образовательные программы, предлагая посетителям лекции, мастер-классы, семинары и другие образовательные мероприятия. Это расширяет знания и понимание посетителей о культуре и истории, а также создает дополнительные возможности для взаимодействия с музеем.

Современные российские музеи активно сотрудничают с другими культурными и туристическими институтами, включая туристические компании, гостиницы, рестораны и музейные ассоциации. Это позволяет создать музейно-туристические кластеры и сети, которые способствуют развитию культурного туризма в стране. Важным аспектом сотрудничества музеев с культурным туризмом является формирование туристического продукта.

Успешное формирование туристического продукта позволяет привлечь больше туристов и сделать посещение музея более интересным и познавательным. Туристический продукт и маркетинговая деятельность музея имеют тесную связь и взаимозависимы друг от друга.

Благоприятная маркетинговая деятельность музея проявляется в установлении обратной связи с посетителями и учет их мнения и предложений. Это позволяет улучшить качество обслуживания, адаптировать предложения под потребности туристов и создать положительный опыт посещения. После тщательного планирования, изучения целевой аудитории и применения различных маркетинговых инструментов и коммуникационных каналов, необходимо научиться эффективно управлять потоком посетителей.

Для эффективного взаимодействия музеев в сфере культурного туризма, важным пунктом является применение информационных технологий, благодаря которым музеи имеют все необходимые инструменты и возможности для улучшения коммуникации с посетителями.

Использование цифровых ресурсов обогащает опыт посещения музея и повышают эффективность работы.

Разработка мобильных приложений позволяет музеям предоставлять посетителям дополнительную информацию: интерактивные карты, аудиогиды, видеоматериалы и другие цифровые ресурсы. Посетителям удастся получить глубокое понимание экспозиции, выбрать интересующие их маршруты и взаимодействовать с музеем в интерактивном режиме. А создание виртуальных туров и 3D-моделей позволяет музеям предоставить виртуальное посещение своих экспозиций и помещений. Это особенно полезно для туристов, которые не могут посетить музей лично или хотят предварительно ознакомиться с его предложением. Использование информационных технологий позволит музеям собирать и анализировать данные о посетителях, их предпочтениях и поведении. Это позволяет лучше понять аудиторию, предоставить персонализированные рекомендации и предложения, а также улучшать качество обслуживания и предложений.

Однако существует ряд проблем, с которыми сталкиваются современные музеи, к ним можно отнести в первую очередь финансовые ограничения и нехватка ресурсов.

Многие музеи в России зависят от государственного финансирования или благотворительных взносов, в связи с этим, музеи вынуждены искать альтернативные источники дохода для компенсации ограниченных бюджетов. Недостаток финансирования влияет на поддержку экспозиций, организацию выставок, проведение мероприятий и обеспечение необходимого оборудования и материалов. Также может наблюдаться нехватка квалифицированного персонала, такого как кураторы, исследователи, гиды и технический персонал, что затрудняет реализацию проектов и обслуживание посетителей. Поэтому недостаток финансирования музеи компенсируют привлечением пожертвований от частных лиц, бизнес-сектора, благотворительных организаций и разработкой стратегий по развитию фондов.

Взаимодействуя со сферой культурного туризма, современные российские музеи часто сталкиваются с противоречиями между ожиданиями туристов и требованиями сохранения экспонатов. Посетители стремятся получить максимальное удовлетворение от посещения музея, однако музеи обязаны бережно сохранять ценные экспонаты в их первоначальном состоянии:

1. Музеи должны обеспечить физическую защиту экспонатов, чтобы предотвратить их повреждение или потерю: ограничение доступа к некоторым экспонатам, использование защитных ограждений или стекла, контроль влажности и температуры, а также ограничение использования вспомогательных средств, таких как вспышки фотокамер. С другой стороны, туристы могут быть разочарованы, если доступ к экспонатам ограничили или запрещено фотографировать.

2. Музеи стремятся предоставить достаточное количество информации о своих экспозициях и истории, чтобы посетители могли глубже понять и оценить культурное наследие. Однако слишком много информации или

избыток текстовых материалов может вызывать утомление или снижать комфортность посещения для туристов. Поэтому музеи должны находить баланс между предоставлением информации и обеспечением комфортного и увлекательного опыта для туристов.

3. Популярные и известные музеи, могут сталкиваться с большими потоками туристов, особенно в пиковое время. Это может вызвать проблемы с вниманием к отдельным туристам и удовлетворением их индивидуальных потребностей. Музеям необходимо разработать стратегии и методы для эффективного управления потоками туристов, предлагать групповые и индивидуальные туры и предоставлять максимально качественные услуги.

4. Многие музеи стремятся сделать культурное наследие доступным для широкой аудитории, включая туристов, путем организации выставок, мероприятий и программ, которые привлекают посетителей и делают их посещение интересным и понятным.

Кроме того в этом процессе необходимо учесть требования сохранения экспонатов и возможные ограничения, необходимые для обеспечения их долговременной сохранности. Среди различных аспектов структуры и доступности музеев возникают проблемы, которые могут создавать трудности при посещении этих учреждений:

1. Некоторые музеи могут быть удалены или неудобно расположены, что затрудняет их доступ для туристов. Ограниченные транспортные возможности могут быть особенно проблематичны для самостоятельных путешественников и групп без сопровождения. Что потребует дополнительных затрат и усилий, чтобы добраться до музея.

2. Не все музеи, обладают инфраструктурой для лиц с ограниченными физическими возможностями. Отсутствие подъемников, лифтов, пандусов или удобных туалетов может создавать препятствия для людей маломобильных людей или имеющих инвалидность.

3. Популярные музеи сталкиваются с проблемой ограниченного пространства или переполненности. Что в свою очередь, может затруднить организацию посещения, особенно в пиковое время или при большом количестве туристов. Переполненность может повлиять на качество, комфорт посещения и осмотра экспонатов.

4. Отсутствие четкой информации о расположении, часах работы, билетах и экспозициях может создавать путаницу и затруднять посещение для туристов. Также могут возникать языковые барьеры при предоставлении информации на разных языках. Всё это создаёт проблему недостатка информации и ориентации для туристов.

5. Проблема интерактивности и вовлечения. Создается из-за отсутствия интерактивных экспозиций и экранов, аудиогидов, мультимедийных ресурсов, что снижает уровень вовлечения и понимания туристов [1].

Для решения данной проблемы необходимо включение музеев в туристические маршруты, улучшение транспортных связей, создание доступной инфраструктуры для мобильности, предоставление информации и ориентации, разработка интерактивных программ и ресурсов.

Создание инновационных туристических маршрутов играет важную роль в привлечении посетителей и повышении интереса к современным российским музеям. Такие маршруты помогают создать уникальный и привлекательный опыт для туристов, обогащая их знания и эмоции. Для создания инновационных маршрутов необходимы:

1. Использование информационных технологий, таких как мобильные приложения, виртуальные туры и дополненная реальность, позволяют создавать интерактивные и погружающие туристические маршруты. Туристы могут исследовать экспозиции, участвовать в виртуальных экскурсиях, получать дополнительную информацию и вовлекаться в интерактивные задания и игры.

2. Создание тематических маршрутов позволяет объединить несколько музеев или исторических объектов в единый маршрут, основанный на общей теме или историческом событии. Например, маршрут «История русской живописи» может включать посещение нескольких художественных музеев с уклоном в русскую живопись разных эпох.

3. Использование географических маршрутов даёт туристам, возможность путешествовать по определенной территории и посещать музеи, исторические достопримечательности или природные объекты на пути. Это может быть тематический маршрут по городу или региону, который объединяет различные музеи и культурные объекты на основе их географического расположения.

4. Авторские маршруты представляют собой уникальные маршруты, созданные известными личностями, художниками, писателями или экспертами в определенной области. Эти маршруты могут включать посещение музеев, связанных с жизнью и творчеством автора, а также другие места, которые вдохновляли их работу.

5. Включение интерактивных заданий и квестов в туристические маршруты позволяет участникам активно взаимодействовать с экспозициями и окружающей средой. Например, поиск скрытых объектов, решение головоломок, участие в ролевых играх или создание собственных произведений искусства [2, с. 18].

Для того чтобы повысить качество обслуживания туристов в музее, необходимы не только инновационный подход и доступность музеев, но и хорошее обслуживание, что будет способствовать заинтересованности людей в культурном наследии:

1. Обучение сотрудников музея – важный аспект. Персонал должен быть дружелюбным, вежливым и готовым оказывать помощь и информацию посетителям. Обучение должно включать знание истории и экспозиций музея, коммуникационные навыки, умение работать с техническим оборудованием и справляться с возникающими вопросами и проблемами.

2. Разработка информационных материалов, таких как брошюры, планы экспозиций, аудиогиды и интерактивные карты, помогает туристам получить полную и понятную информацию о музее и его коллекциях. Материалы должны быть доступными на разных языках, содержать

интересные факты, иллюстрации и схемы, а также быть легко понятными и удобными в использовании.

3. Разработка интерактивных программ, таких как гидовые экскурсии, мастер-классы, интерактивные выставки и игровые активности, позволяет туристам активно взаимодействовать с музейными объектами и получать углубленное понимание и вовлечение в культурное наследие. Что, также помогает сделать посещение более интересным и запоминающимся.

4. Коммуникация с туристами играет особую роль в повышении качества обслуживания. Музей должен обеспечить четкую и доступную коммуникацию с посетителями, предоставлять информацию о расположении, часах работы, билетах и экспозициях. Кроме того, музей должен быть готов реагировать на вопросы, проблемы или потребности туристов, предоставлять помощь и решать возникающие проблемы.

5. Для оценки качества обслуживания и обратной связи от туристов, музей может проводить опросы, комментарии, обзоры или фокус-группы для сбора мнений и предложений посетителей. Это позволяет выявить сильные и слабые стороны обслуживания и принять меры для его улучшения. Обучение персонала, разработка информационных материалов, проведение интерактивных программ, улучшение коммуникации и обратная связь – все эти меры способствуют улучшению качества обслуживания и созданию положительного и запоминающегося опыта для туристов [4].

Помимо улучшения коммуникации, важным взаимодействием среди современных музеев и сферой культурного туризма является, развитие музейно-туристических кластеров и сетей. Сегодня актуализируются вопросы активизации деятельности по вовлечению музеев в технологический процесс формирования туристских кластеров. В ныне действующих кластерных проектах музейно-культурная составляющая принимается во внимание в малой степени.

Музейно-туристические кластеры и сети объединяют несколько музеев или культурных объектов в определенной территории с целью создания единого и привлекательного туристического продукта.

Создаваемые в рамках Федеральной целевой программы туристско-рекреационные и автотуристские кластеры требуют не только содержательного и разнообразного насыщения различными аттракциями и сервисами, которые побуждали бы туристов активно посещать эти пункты, но сам состав типов кластеров должен быть дополнен ещё одним типом – музейно-туристским.

Такой тип кластера оказывает, своё благотворное воздействие и на формирование имиджа каждого региона, который в современных условиях формируется и продвигается все в более значительной мере в аспекте повышения его привлекательности для туристских континентов. Как раз в рамках туристского кластера может успешно реализоваться синергетический эффект взаимодействия культуры и туризма.

Музейно-туристские кластеры будут способствовать также более углубленной интеграции объектов наследия и музейной деятельности и

постепенному превращению музеев в центры информационного обеспечения познавательной функции туризма. Причем, речь может идти не только о краеведческих музеях, но и музеях других типов, как учреждений, аккумулирующих информацию обо всем спектре объектов материального, и нематериального наследия. Такая интеграция открывает более широкие возможности для выхода музеев за рамки музейных стен и хранилищ, когда музейные экспонаты или их копии могут становиться доступными не только в стенах музея, но и за его пределами. И это не только, выездные выставки, но и другие мероприятия, ярмарки, карнавалы с активным вовлечением в них местных жителей. Соответственно, оказывается воздействие на повышение культурного уровня местного населения, приобщение молодежи к национальным традициям и реликвиям.

Развитие музейно-туристических кластеров и сетей является эффективным способом привлечения туристов, улучшения качества обслуживания и повышения интереса к культурному наследию. Они предлагают ряд преимуществ, включая разнообразие и уникальность, синергию и взаимодействие, экономическую выгоду, увеличение уровня сервиса и продвижение.

В то же время, развитие музейно-туристических кластеров и сетей требует вхождения информационных технологий в музейные процессы, сотрудничества и взаимодействия между музеями, региональными властями и туристическими организациями для создания единого и привлекательного туристического продукта.

Интеграция информационных технологий в музейные процессы, в свою очередь играет ключевую роль в развитии и совершенствовании современных российских музеев. Они позволяют расширить доступ к информации, создать интерактивные и привлекательные экспозиции, улучшить управление и обслуживание посетителей. Информационные технологии позволяют музеям:

- проводить дигитализацию своих коллекций. Это включает создание цифровых копий экспонатов, фотографий, документов и других материалов. Дигитализированные коллекции могут быть доступны онлайн, что позволяет исследователям, студентам и посетителям изучать и изучать музейные объекты удаленно;
- создавать интерактивные экспозиции, где посетители могут взаимодействовать с экспонатами;
- эффективно управлять посетительским потоком в музее (системы онлайн-бронирования билетов, электронные очереди, автоматизированные кассы и смарт-карты для доступа), способствует более быстрому и удобному обслуживанию посетителей, уменьшению очередей и оптимизации работы музейного персонала;
- разработка мобильных приложений и аудиогидов позволяет посетителям получать дополнительную информацию о музее и его экспозициях (детальные описания экспонатов, исторический контекст,

аудиоэкскурсии и интерактивные карты), для самостоятельного изучения музейной коллекции посетители могут использовать свои мобильные устройства;

- расширить доступ к образовательным ресурсам музея и создать интерактивные формы обучения (онлайн-курсы, вебинары, виртуальные лекции и учебные материалы).

Для музеев в сфере культурного туризма да и вообще государственная поддержка имеет важное значение потому как, музеи являются хранилищами культурного наследия и играют важную роль в сохранении и передаче истории, искусства и культуры. Она позволяет музеям сохранять и экспонировать ценные коллекции, проводить исследования и разработки, а также организовывать выставки и мероприятия для широкой публики.

Именно благодаря государственной поддержке обеспечивается финансовая стабильность музеев, что приводит к созданию благоприятных условий для развития и обеспечению доступности культурного наследия.

Перечень государственной помощи очень широк, она может выражаться в финансовой поддержке в виде субсидий, грантов или специальных фондов. На полученные финансовые средства, музеи реализовывают национальные проекты, проводят реставрацию, модернизацию и развитие экспозиций, а также поддерживают кадровый потенциал.

В развитии инфраструктуры государственная поддержка имеет не последнюю роль, так как хорошо развитая инфраструктура обеспечивает доступность туристов к культурному наследию сюда входят: создание и реконструкцию дорог, парковок, транспортных систем, информационных центров и туалетов, а это способствует увеличению туристического потока.

Государство участвует в поддержке образования и научных исследованиях в сфере музейной деятельности (предоставление грантов для исследовательских проектов, организацию семинаров и конференций), а также поддержку образовательных программ и курсов для персонала музеев.

Таким образом, мы рассмотрели различные проблемы и перспективы взаимодействия современных музеев и культурного туризма, начиная от определения культурного туризма и роли музеев в его развитии до особенностей современных российских музеев, формирования туристического продукта, маркетинговой деятельности, управления посетительским потоком и использования информационных технологий. В целях повышения эффективности взаимодействия современных российских музеев со сферой культурного туризма были предложены рекомендации и решения данных проблем. Это включает усиление маркетинговой деятельности, интеграцию информационных технологий в музейные процессы, повышение профессионализма персонала музеев, развитие партнерских отношений с туристическими компаниями и организациями, а также поддержку со стороны государства и развитие инфраструктуры. Понимание важности и эффективного взаимодействия музеев и культурного туризма играет важную роль в сохранении и популяризации культурного

наследия, развитии туристической отрасли и обогащении туристического опыта посетителей.

Список литературы

1. Горбунова, М. Ю. Организационные основания культурного туризма / М. Ю. Горбунова // Проблемы и перспективы развития культурного туризма Саратовской области. – Саратов, 2015. – С. 12-15.
2. Романчук, А. В. Музейный туризм : учебно-методическое пособие / А. В. Романчук. – Санкт-Петербург, 2010. – 46 с.
3. Лорд, Б. Менеджмент в музейном деле : учеб. пособие / Б. Лорд, Г. Д. Лорд. – Москва : Логос, 2002. – 255 с.
4. Мошняга, Е. В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме / Е. В. Мошняга // Вестник Московского Государственного университета. Сер. 18: Социология и политология. – 2008. – № 4. – С. 5-19.
5. Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации на период до 2030 г. : Проект / Е. В. Бахревский, Т. В. Беспалова, О. А. Закунов, А. С. Миронов. – Москва : Институт Наследия, 2016. – 136 с.

УВЕЛИЧЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ЧЕРЕЗ ОРГАНИЗАЦИЮ МЕРОПРИЯТИЙ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Т.А. Волченко

Казанский кооперативный институт (филиал)
АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»
e-mail: votak@yandex.ru

Аннотация. В статье анализируются факторы, влияющие на рост показателей туристической привлекательности регионов через организацию мероприятий событийного туризма с повторяющимся циклом с учетом необходимости снижения затратной части их организации путем использования современных технологий.

Ключевые слова: региональный туризм, привлечение туристов на региональные праздники, факторы развития регионального туризма.

INCREASING OF THE REGIONAL TOURISM PERFORMANCE THROUGH ORGANIZATION OF TOURISM EVENTS FESTIVITY

T.A. Volchenko

Kazan Cooperative Institute is a branch
of the Russian University of Cooperation
e-mail: votak@yandex.ru

Abstract. The author analyzes some factors influencing for indicators growth of tourist region attractiveness through organization of tourism events festivity in recurring cycle with respect about cost reduce of organization for the events with IT technologies help.

Keywords: regional tourism, attracting tourists to regional festivity, factors of regional tourism development.

Введение

За последние четыре года наблюдается значительный спад в туристической отрасли. После снятия ограничения физических перемещений в свете пандемии началось медленное восстановление показателей, однако, свои коррективы внесли санкционные ограничения, влияние развернувшихся военных действий, произошли изменения в территориальном распределении туристических потоков. Согласно данным исследований WTTC в мировом ВВП доля туристических услуг составляла на 2019 год 10,3% от общего объема мирового экспорта услуг. Однако, с 2020 года произошло резкое снижение показателей до 5,3% ВВП, с 2021 года параметр мирового ВВП поднялся до 6,1%, однако, говорить об уровне туризма до пандемии пока не приходится [4].

В свете вышеизложенного в настоящее время наблюдается острая необходимость альтернативных предложений, позволивших перенаправить туристические потоки в регионы России и стран ближнего зарубежья, при этом остро стоит вопрос о пропорциональном распределении туристов в территориальной и временной шкале.

Методы исследования

Выполнен анализ тенденций развития социально-психологической трансформации общества под воздействием событий последних четырех лет и путем сравнительного анализа выделены группы позитивного и негативного развития событийного туризма, проведена оценка развития данного направления для роста внутреннего туризма, отмечены ключевые факторы, на которые важно обращать внимание для стабилизации туристической отрасли в регионах России.

Результаты исследования

Для оптимизации туристических потоков по регионам предлагается использовать методы событийного туризма с широким информированием потенциальных путешественников через средства массовой информацией, развернутым представлением в сети Интернет. Примерами местных праздников и народных гуляний могут служить ставшими традиционными ежегодные поездки «В Великий Устюг к Деду Морозу», поездки на фольклорный праздник «Сабантуй» в Республику Татарстан, поездки на праздник выпускников «Алые паруса» в Санкт-Петербург, фестиваль средневекового боя «Великий Болгар» в Болгарском заповеднике Республики Татарстан, гастрономический фестиваль «Фиштиваль» в Зеленоградске Калининградской области на майские праздники, «Фестиваль Лука в Лухе» в поселке Лух Ивановской области. Аналогичная модель используется для привлечения туристического потока, например, в Германии «Фестиваль Октоберфест» (Oktoberfest) ежегодно проводимый в Мюнхене, «Большой британский фестиваль пива» (Great British Beer Festival), Пивной фестиваль в Барселоне (Barcelona Beer Festival), Tomorrowland в городе Бум, Бельгии и еще более 30 популярных музыкальных и гастрономических уже широко известных туристическо-популярных событий, привлекающих тысячи гостей [1; 3].

При разработке программы событийного туризма возникает естественная необходимость учета ряда факторов:

1. **Социально-экономические факторы** территории для проведения праздника, фестиваля, наличие инфраструктуры для проведения мероприятия событийного туризма, обеспеченность инфраструктурой сферы гостеприимства, социальную базу, кадровое обеспечение планируемых мероприятий, территориальную удаленность, транспортную доступность (авиа, железнодорожное обеспечение, водный транспорт, автомобильная доступность и т.д.).

2. **Экологические и медико-биологические факторы** – на территориях с суровым температурным климатом не стоит проводить фестивали, праздники, проводимые под открытым небом.

3. **Политические факторы** – отсутствие рисков возникновения конфликтов во время проведения мероприятий, гостеприимство и лояльность местного населения к потенциальным гостям праздников, фестивалей и т.д.

4. **Социально-психологические факторы** – наличие и влияние стереотипов как принимающей стороны, так и гостей праздников, влияние религиозного поведения (совместимость конфессий, уважительное отношение к традициям и сложившимся правилам), социальная значимость каждого индивида, информационная подготовка и рекламное обеспечение праздника в правильном ключе и с широким охватом.

5. **Географические и природные факторы** – при проведении праздничных общественных мероприятий стоит учесть возможность обогащения впечатлений гостей дополнительными экскурсиями, где можно насладиться разнообразием ландшафтных условий, экзотикой флоры и фауны, неповторимым колоритом местности проведения праздника.

6. **Культурно-исторические факторы** – богатство материальной, духовной, архитектурной культуры, связанные со знаменательными событиями, накладывающие особенный, уникальный колорит при проведении праздников, фестивалей, спортивных событий и прочих событийных мероприятий, нацеленных на привлечение гостей, стимулирующих рост потока туристов в выбранный регион. Сюда же можно включить гастрономические особенности региона, которые положительно могут повлиять на повышение рейтинга проводимого событийного мероприятия.

7. **Материально-технологические факторы** – инфраструктурное обеспечение мероприятия событийного туризма предприятиями общественного питания, культурными заведениями, транспортом внутри города/региона, связью, Интернет.

При планировании мероприятий необходимо учитывать комплекс факторов, способствующих успешному проведению праздников с учетом значимости, выраженной в весовом коэффициенте с учетом значимости для специфики праздника, что влияет на привлечение туристов.

Чтобы рассчитать рентабельность организуемого праздника с расчетом минимально необходимого количества гостей через точку самоокупаемости по формуле баланса доходов и расходов проводимого мероприятия

событийного туризма используем формулу, где слева доходная часть, справа расходная фиксированная и переменная часть применим формулу:

$$\text{Количество участников} * \text{Цена участия} = \text{фиксированные расходы} + \text{накладные расходы} + \text{Количество участников} * \text{расход на одного участника} + \text{прибыль} \quad (1)$$

В точке самоокупаемости показатель прибыли равен нулю, соответственно минимальное количество участников для организации мероприятия событийного туризма можно рассчитать:

$$\text{Количество участников} = (\text{фиксированные расходы} + \text{накладные расходы}) / (\text{Цена участия} - \text{расход на одного участника}) \quad (2)$$

Так как фиксированные и накладные расходы величина для планируемого мероприятия стационарная, то увеличение притока гостей на мероприятие повысит рентабельность его проведения.

Снижение затратной части предприятий туризма возможно за счет использования продуктов цифровой экономики и цифровых юридически-значимых коммуникаций [2], финансового онлайн взаимодействия с бесшовной интеграцией в бизнес-процессах между предприятиями, обеспечивающими решение инфраструктурных задач отрасли, между путешественниками и предприятиями гостеприимства, исторического и культурного наследия и т.д. позволит региональному туризму развиваться и предоставлять услуги с более высокой рентабельностью за счет прозрачности, повышения скорости и эффективности взаимодействий, снижения «Человеческого фактора», внедрения сервисов «Виртуальной реальности», снятия проблем языковых барьеров за счет применения «Онлайн переводчиков», активного использования геолокационных сервисов – позволяющих ориентироваться на незнакомой местности и т.д.

Проведение праздников для стимулирования развития отрасли гостеприимства, создания рабочих мест, финансовых поступлений в общем вкладе в ВВП как дополнительное направление в экономике региона, охватывающее большое количество людей – важнейшая трансформация отрасли. Однако, следует обратить внимание на общую социально-экономическую ситуацию как в России, которая показывает необходимость снижения стоимости туристических услуг, что напрямую связано с сокращением издержек предприятий туристического бизнеса, снижения посреднических услуг, оптимизации логистики, обеспечения безопасности туристов в путешествиях, а также соблюдения требований информационной безопасности.

Заключение

На основе вышеизложенного актуальна задача методически грамотного плана проведения мероприятий событийного туризма с привлечением большого количества гостей на регулярной основе с учетом специфики регионов на базе учета указанных в статье факторов для проведения праздников и фестивалей, прочих мероприятий событийного туризма. Повышение технологической составляющей и широкого информирования в

Интернет и СМИ внутренних мероприятий России позволит повысить показатели региональной туристической отрасли.

Список литературы

1. Воронина, А. Б. «Фестивальный туризм как значимая составляющая событийного туризма» / А. Б. Воронина // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «География». – 2011. – Том 24 (63), № 1. – С. 161-172.
2. Богомазова, И. В. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы / И. В. Богомазова, Е. В. Аноприева, Т. Б. Климова // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – № 3 (85). – С. 34-47.
3. Top 10 Most Amazing Festivals Around The World. – URL: <https://themysteriousworld.com/top-10-amazing-festivals-around-world/> (дата обращения: 15.01.2024).
4. World Travel & Tourism Council (WTTC) represents the Travel & Tourism sector globally. Wttc. – URL: https://wttc.org/Portals/0/Documents/EIR/EIR2022%20Global%20Infographics%20Page%201.pdf?ver=HGbnBJ5paBFy_2Um9-yCvQ%3d%3d (дата обращения: 14.01.2024).

ПРИМЕНЕНИЕ VR/AR-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИНДУСТРИИ

О.Н. Гененко, С.А. Ряднова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: oks_genenko@mail.ru

e-mail: svetlana-ryadnova@yandex.ru

Аннотация. В статье рассмотрен потенциал использования VR/AR-технологий в туристской индустрии. Обозначены преимущества внедрения технологий виртуальной и дополненной реальности в туристском секторе и факторы, сдерживающие данный процесс. Проведен анализ отечественного опыта применения виртуальной реальности в продвижении дестинаций и отдельных туристских объектов.

Ключевые слова: технологии виртуальной реальности, дополненная виртуальная реальность, туристская индустрия, туризм, музеи.

THE USE OF VR/AR TECHNOLOGIES IN THE TRAVEL INDUSTRY

O.N. Genenko, S.A. Ryadnova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: oks_genenko@mail.ru

e-mail: svetlana-ryadnova@yandex.ru

Abstract. The article examines the potential of using VR/AR technologies in the tourism industry. The advantages of the introduction of virtual and augmented reality technologies in the tourism sector and the factors constraining this process are outlined. The analysis of the domestic experience of using virtual reality in the promotion of destinations and individual tourist sites is carried out.

Keywords: virtual reality technologies, augmented virtual reality, tourism industry, tourism, museums.

Мировая экономика динамично развивается в век исторических преобразований. Рецессия и финансовый кризис стали причиной экономических потрясений, изменивших мировую конъюнктуру бизнеса. В условиях экономического кризиса был ускорен переход на более инновационные решения. Развивающиеся рынки обращаются к новым технологиям для обеспечения экономического роста, в то время как ведущие рынки стремятся внедрить инновации с целью оптимизации. Глобальная экономика трансформируется в цифровую, предусматривающую смену привычного подхода в цифровой экономике. Речь идет не только об изменениях в бизнес-технологиях, но и о том, как компании обеспечивают сервис для своих клиентов, углубляя их интеграцию с партнерами, работая с большими данными, внедряя инновации и меняя принципы организации системы менеджмента персонала. Наиболее эффективными в эпоху цифровой экономики являются компании, способные адаптироваться к происходящим изменениям [5]. Чтобы найти новые, полноценные и устойчивые источники дохода, экономические субъекты должны быть открыты для глубокого переосмысления принципов своего бизнеса. Только глобальная качественная перестройка или создание чего-то нового помимо основной сферы деятельности может принести ощутимую выгоду. Такой подход во многих случаях является важнейшим шагом на пути к цифровым преобразованиям.

VR можно определить, как систему, целью которой является полная репликация элементов физического мира с синтезированным 3D материалом. Благодаря этой точной репликации пользователи, по сути, оказываются в пределах, данных, и достигается полное погружение. Чувство присутствия, характеризующее степень присутствия пользователя в другом месте, достигается за счет стимуляции различных органов чувств; самое главное, должно быть заявленное зрение, звук и осязание. Благодаря умной реализации этих виртуальных миров и стимуляции множества чувств, пользователей обманом заставят поверить в то, что они все переживают в реальной жизни. В идеальной виртуальной среде (VE) пользователи могут взаимодействовать с VE и манипулировать им так, как им заблагорассудится, делая все в зависимости от их поведения. Важность человеческих чувств и понятия погружения и присутствия будут объяснены более подробно позже. Гутьеррес и другие предлагают более подробное объяснение того, что означает навигация и взаимодействие. Это два основных вида деятельности, которые обычно выполняются пользователями в VE.

Навигация описывает способность пользователей передвигаться без ограничений в VE, взаимодействие подразумевает способность взаимодействовать с объектами, которые представлены в VE. В то время как первые из них широко доступны для целого ряда устройств, например, благодаря технологиям слежения за головой и датчикам движения, последние ранее были проблематичными. Тем не менее, в настоящее время многие разработчики реализуют оба вида деятельности в своих виртуальных предложениях. Для достижения иллюзии VE применяются различные

методы. Обычно устройство работает путем отображения визуального контента через дисплей с головным устройством (HMD) и другими устройствами ввода. Существуют некоторые теоретические концепции, лежащие в основе всего опыта. Виртуальная реальность (VR) в общем смысле представляет собой итог сочетания элементов объективной реальности описанных и воссозданных в цифровой среде, периферийных устройств, используемых для: погружения в среду, взаимодействия с объектами и субъектами симуляции.

Существует несколько аспектов, которые необходимо учитывать при создании VE. Одним из этих аспектов является включение пяти человеческих чувств. Несмотря на то, что, по общему мнению, наиболее важным аспектом VR является зрение, в настоящее время существуют и другие органы чувств, которые могут быть охвачены технологией. Один из них определен как слух, имея в виду трехмерную звуковую картину, которую мы видим в VR, другой – осязательный, также называемый тактильным. Благодаря технологии можно включить тактильную обратную связь и в виртуальные симуляции. В основном это достигается за счет вибрирующих поверхностей, имитирующих ощущение давления, или гироаппаратов, которые смещают наш центр тяжести. Чонг Оо Лин признал, что технология VR в 1995 году еще находилась на начальной стадии [55]. Заглядывая в будущее, он говорил о технологических недостатках, которые будут устранены в ближайшие десятилетия, что позволит нам создавать виртуальные миры с большей реалистичностью, до такой степени, что они будут неотличимы от реального мира. Кроме того, он ожидал, что обонятельные и вкусовые ощущения будут включены в будущие приложения VR. Хотя обоняние и вкус являются очень важными в нашей повседневной жизни, технологическая репликация еще не продвинулась достаточно далеко, чтобы они могли играть значительную роль в создании VR. В России технологии виртуальной реальности нашли применение в медицине, образовании, строительстве, продажах, социальных сетях, маркетинге, полиции, спорте. Отечественный туризм в значительной мере ограничен в применении технологии, в первую очередь ввиду недостаточной активности на рынке внутреннего туризма.

Первыми в сфере туризма по внедрению VR/AR технологий явились музеи. Самыми первыми и известными музеями в данном сегменте стали участники проекта «ARTEFACT», который был запущен в 2017 году и является гидом по российским музеям с дополненной реальностью: Государственный Дарвиновский музей, Третьяковская галерея, Русский музей, Государственный исторический музей и многие другие. На сегодняшний день в системе зарегистрировано 666 музеев, более 26000 экспонатов, а так же выставки, викторины [3]. Зарегистрированы в проекте и такие музеи как Белгородский художественный музей, Белгородский музей народной культуры, Белгородский литературный музей, Белгородский историко-краеведческий музей и другие региональные проекты и выставки. Проект поддерживается Министерством Культуры РФ в рамках национального проекта «Культура» [1]. Примечательно, что всю дополнительную информацию о музейных

экспонатах можно получить в виде текстов и изображений, используя данное приложение дополненной реальности Artefact, которое позволит распознавать все музейные объекты при помощи смартфона.

Еще один проект по предоставлению виртуальных прогулок по залам музеев Google Arts & Culture, который был запущен в 2011 году. Помимо возможности виртуальных прогулок, данный ресурс дает возможность получить более подробную информацию об истории создания шедевров искусства, технике и др. Первым из России принявшим участие в проекте стал Государственный Русский музей.

Сохранение этого искусства в цифровом формате создает вдохновляющие возможности для будущих поколений. Ничто не заменит настоящую вещь, но интерактивные инструменты, которые будут доступны вместе с нашей онлайн-коллекцией, безусловно, улучшат качество обслуживания удаленных посетителей».

Благодаря создателям проекта «Виртуальный гид», пользователи имеют возможность перемещаться по самым интересным местам города, слушая виртуального гида, просматривая фото- и видеоматериалы и 3D-интерактивные модели, изучать контент в формате 360°, тем самым полностью погрузиться в туристическую среду. Виртуальный тур помогает увидеть будущий объект комплексно, оценить масштаб, освещение, сочетаемость и взаимодействие элементов между собой. Расширяет географию внутреннего туризма страны, мотивирует пользователей к посещению исторических и культурно значимых мест города, тем самым способствует развитию туризма в регионе, увеличению туристического потока, улучшению репутации города, развитию туристской инфраструктуры, развитию экономического потенциала региона.

В качестве примера бюджетного виртуального тура, уровень исполнения которого можно считать близким к образцовому, отметим виртуальный тур по Музею этнического наследия кенозерья «В начале было слово» расположенного на территории ФГБУ Кенозерского национального парка. Тур был разработан в начале 2018 года по технологии 360° фото, для его создания было сделано 15 панорамных снимков, в том числе 3 панорамы фасада здания музея. Каждый из снимков было дополнительно отредактирован в фоторедакторе. Для удобства экскурсантов была нарисована интуитивно понятная карта с комментариями для навигации по туру. Все точки внимания и перехода оформлены согласно айденитике музея, в каждую из них встроены элементы предпросмотра. Богатейший звуковой и визуальный материал, собранный в музее, представлен в виртуальном туре, заметим, что взаимодействие с этим контентом в рамках виртуального тура значительно удобнее, чем в реальном туре. Все материалы представлены в цифровом формате и интегрированы в плеер.

Процесс создания подобного тура имеет ряд преимуществ:

1. Время, затраченное на производство. При наличии оцифрованного контента экспозиции занимает от 2 до 4 дней при условии от 1 до 3 исполнителей.

2. Цена конечного продукта от 15 до 50 тысяч рублей в зависимости исполнителя.

3. Доступность оборудования для производства контента. Общая стоимость необходимого оборудования и программного обеспечения варьируется от 150 тысяч рублей до 100 миллионов. Низкий порог входа дает возможность для малых предпринимателей и заинтересованных пользователей, что в свою очередь положительно сказывается на наращивание объемов рынка.

4. Скорость работы конечного продукта и малые объемы памяти занимаемы на сервере.

5. Простота интеграции тура на другие сайты и социальные сети.

6. Адаптивность к настольным и мобильным устройствам.

Стоит сказать о формировании остаточной ценности у экскурсанта. У организаторов есть возможность предварительно подготовить для посетителей задания и даже скрытые задания, за выполнение которых пользователи получают уникальные достижения, отображаемые в формате красивых значков и дополнительных материалов, интегрируемых в популярные социальные сети, которыми они могли бы делиться с другими пользователями и уже самостоятельно рекламировать продукт.

Государственным музеем «Эрмитаж» было создано более 20 высококачественных онлайн туров, включающих в себя более 3 миллионов экспонатов, всех временных экспозиций и даже объекты, которые посетители могут увидеть только онлайн, потому что объекты не сохранились до нашего времени. Они были воссозданы в 3D по архивным документам. Без сомнений онлайн туры Эрмитажа одни из лучших в мире, сопоставимы по качеству с турами по Британскому музею в Лондоне, Галерей Уффици, Лувром, Музеем Ватикана, Гетти, Соломона Р. Гуггенхайма и во многом их превосходят.

Среди Российских крупнобюджетных проектов динамично развивается Третьяковская галерея. Разработчики креативно подходят к созданию каждого нового проекта наполняя их самым разнообразным контентом: онлайн туры, выставки, хроники, образовательные игры, исследовательские проекты, виртуальные панорамы, спектакли и концерты. Отметим, что это одно из лучших предложений среди web на мировом рынке и более 80% материала предоставляется бесплатно, исключением стали немногие мастер классы.

К недостаткам внедрения AR/VR-технологий в туризме стоит отнести:

1. Высокие затраты на оборудование и разработку контента: внедрение AR/VR-технологий требует значительных инвестиций в специальное

оборудование, разработку высококачественного контента и поддержку технической инфраструктуры.

2. Ограниченная доступность устройств: не все туристы могут иметь доступ к необходимым устройствам для использования AR/VR-технологий. Например, не каждый турист обладает современными смартфонами или VR-очками.

3. Проблемы с безопасностью: использование AR/VR в туризме может вызвать опасения в отношении безопасности, так как туристы, поглощенные виртуальным миром, могут потерять бдительность относительно окружающей среды, что повышает риск несчастных случаев.

4. Технические проблемы и сбои: технические сбои и проблемы с оборудованием могут привести к негативному опыту для туристов. Например, неполадки в работе VR-оборудования или прерывание подключения к сети могут нарушить восприятие виртуального контента.

5. Неоднородность опыта: качество опыта использования AR/VR может варьироваться в зависимости от различных факторов, таких как качество оборудования, доступность контента и уровень технической поддержки. Это может привести к неравномерному удовлетворению потребителей.

6. Отсутствие взаимодействия с реальным миром: виртуальные технологии могут создавать барьеры для взаимодействия с реальной культурной и природной средой, что является основной частью туристического опыта.

7. Неполнота замещения реального опыта: некоторые туристы могут предпочитать аутентичные впечатления и физическое взаимодействие с окружающим миром, а использование AR/VR может не полностью заменить эти аспекты туристического опыта.

Таким образом, потенциал использования AR/VR-технологий в туристской отрасли огромен. Мы выявили целый ряд преимуществ использования технологий виртуальной и дополненной реальности в туризме. Они способствуют привлечению потенциальных туристов в дестинацию, позволяют испытать полноценные эмоции и впечатления малоподвижным людям, осуществить быстрый поиск и планирование тура, при этом сократив расходы, расширить возможности экскурсионной программы.

Однако на данный момент развитие AR/VR-технологий испытывает ряд трудностей, которые требуют решения. Турфирмам, туроператорам и прочим участникам туристической индустрии (отели, рестораны, парки развлечений, заповедники, музеи, отдельные дестинации и т.д.) стоит сосредоточиться на создании контента, в первую очередь ориентированного на премиальный сегмент туризма. Для демонстрации его на своих web ресурсах, где конечный потребитель сможет самостоятельно опробовать готовый продукт, при наличии необходимого оборудования. Разработка отечественных устройств в действующих реалиях оказывается неоправданно дорогой. Производство

цифрового продукта имеет потенциально большую выгоду и в большей мере соответствует принципу цифровизации экономики в РФ.

Список литературы

1. ARTEFACT. – URL: <https://ar.culture.ru/national-project-culture2024> (дата обращения: 11.03.2023).
2. Виртуальный гид. – URL: [//virtualgid.ru/](https://virtualgid.ru/) (дата обращения: 11.03.2023).
3. Глушкова, А. С. Использование VR- и AR-технологий в туризме / А. С. Глушкова // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2020. – № 1 (41). – С. 77-81.
4. Гуйдалаев, М. Г. Использование сквозных цифровых технологий и инструментов в образовании / М. Г. Гуйдалаев, В. Н. Швецов, Н. А. Бережной // Педагогический вестник. – 2022. – № 22. – С. 36-38.
5. Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона / О. Н. Гененко, Н. В. Посохова, Ю. В. Бовкунова, Е. С. Кущенко // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 10. – С. 207-210.

СОБЫТИЙНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ «ПОДСОЛНЕЧНЫЙ КРАЙ»)

О.Н. Гененко, Е.В. Мирошниченко
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: oks_genenko@mail.ru
e-mail: mev-el@ya.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности продвижения территории средствами событийного мероприятия/туризма. Проанализирован региональный опыт проведения и продвижения событийного мероприятия – фестиваля «Подсолнечный край» в г. Алексеева Белгородской области. Определены сильные и слабые стороны организации и продвижения мероприятия. Продвижение мероприятий подразумевает использование разных маркетинговых инструментов и информационных средств. Исходя из проведенного анализа предложены пути эффективного продвижения событийного мероприятия средствами маркетинговых технологий.

Ключевые слова: продвижение территории, бренд территории, событийный туризм, событийное мероприятие.

AN EVENT EVENT AS A TOOL FOR PROMOTING THE TERRITORY (USING THE EXAMPLE OF THE SUNFLOWER EDGE FESTIVAL)

O.N. Genenko, E.V. Miroshnichenko
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: oks_genenko@mail.ru
e-mail: mev-el@ya.ru

Abstract. The article discusses the specifics of promoting the territory by means of an event event/tourism. The regional experience of holding and promoting the event event – the Sunflower Edge Festival in Alekseeva, Belgorod region, is analyzed. The strengths and weaknesses of the organization and promotion of the event have been identified. Promotion of

events involves the use of various marketing tools and information tools. Based on the analysis, the ways of effective promotion of an event event by means of marketing technologies are proposed.

Keywords: territory promotion, territory brand, event tourism, event event.

Организация мероприятия – это сложный и длительный процесс, в котором зачастую участвует некоторый штат людей. Подготовка к проведению события может занимать от пары месяцев до пары лет в зависимости от масштаба мероприятия, и его финансирования. Самые крупные города в России, которые удовлетворяют в плане туристкой инфраструктуры и экономики это в первую очередь Москва и Санкт-Петербург, затем города поменьше – это могут быть Екатеринбург, Нижний Новгород, Сочи, Казань. Эти города развиты до достаточного уровня инфраструктуры, чтобы иметь возможность принимать туристов на достойном уровне. Также это города с населением больше 1 миллиона человек, что дает возможность осуществлять масштабные мероприятия для большего количества человек.

Коллектив ЦКР «Солнечный» очень активно принимает участие в брендовых мероприятиях Алексеевского района и Белгородской области. Немаловажным в деятельности ЦКР «Солнечный» является брендинг территории. В основе концепции бренда «Алексеевский район – территория ярких людей» лежит символ Алексеевского района – подсолнух и его изображение на гербе района. Следующим элементом, который лег в основу бренда, является символическое изображение солнца. С одной стороны, подсолнух сам похож на солнце, а с другой – это символ ярких, творческих и передовых людей. Цветовая гамма бренда в оранжево-желто-зеленых тонах отлично дополняет главную идею концепции, связанную с подсолнухом, солнцем и яркими людьми. Эти цвета исторически являются символами Алексеевки (рис. 1).

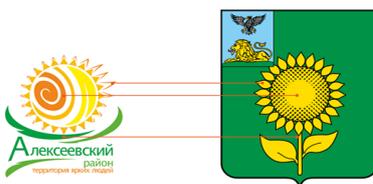


Рис. 1. Герб Алексеевского района

Алексеевка знаменита своими талантливыми людьми. Одним из самых ярких талантов является изобретатель Даниил Семёнович Бокарев. Его идея получения масла из подсолнечника стала толчком в развитии района. Соединив в одну концепцию символы района: подсолнух, изобретателя Даниила Семёновича Бокарева и такую характерную черту алексеевцев как творчество и смекалка, была получена концепция бренда Алексеевского района, которая подчеркивает его преимущества и уникальность, объединяет

историю и будущее – «Алексеевский район – территория ярких людей» либо «Алексеевский район – территория ярких идей».



Рис. 2. Логотип бренда Алексеевского района

Данный бренд и логотип активно популяризуется в массовых праздничных мероприятиях, выставках, фестивалях, организуемых МАУК «ЦКР «Солнечный» в Алексеевском городском округе и за его пределами (рис. 2, 3).



Рис. 3. Логотип Алексеевского района на сувенирной продукции

Частыми персонажами праздников являются Подсолнух, персонаж Даниил Бокарев. Данный логотип тиражируется на сувенирной продукции фестивалей, в костюмах танцевальных коллективов и т.д. Одним из самых ярких и массовых брендовых мероприятий, реализуемых Центром культурного развития, является фестиваль традиций Алексеевской земли «Подсолнечный край». Всем известно, что Алексеевка является родиной производства подсолнечного масла. Именно в слободе Алексеевка еще в 19 веке Даниил Семенович Бокарев открыл подсолнечник как масляную культуру, а также придумал способ получения масла из семян подсолнечника. Это открытие сильно повлияло на поселение: вскоре в Алексеевке появился первый в России маслобойный завод, а также начался экспорт масла за границу.

В настоящее время подсолнечник по-прежнему остается символом Алексеевки, он изображен на гербе округа. Именно поэтому 31 августа 2019 года был проведен первый фестиваль традиций Алексеевской земли «Подсолнечный край», в ходе которого гости, и жители города смогли прочувствовать на себе культуру и традиции края. В результате проекта был организован и проведен фестиваль «Подсолнечный край», способствующий популяризации традиций Алексеевского края, привлечено не менее 2200 человек. Разработан и утвержден логотип фестиваля. Разработаны сценарии: – торжественного открытия, – творческого круга; – квест-игры, – конкурса «Король Подсолнух и Королева Семечка» Организован и проведен конкурс на лучший арт-объект – символ фестиваля «Цветок Солнца»; арт-объект установлен в Парке культуры и отдыха города Алексеевки.

Изготовлены ростовые куклы, баннеры, реквизит, афиши, дипломы, сувенирная продукция, информационный буклет. Организованы и проведены конкурсы:

- букетов;
- кулинарных блюд;
- «Под Солнечное селфи»;
- «Король Подсолнух и Королева Семечка»;
- конкурс сочинений «Путешествие Семечки по Алексеевскому краю».

Организованы и проведены такие мероприятия как:

- творческий круг;
- квест-игра ;
- флешмобы;
- конкурсно-игровые программы;
- иммерсивная, интерактивная площадки;
- лотерея.

Организованы и проведены:

– выставки ДПТ и продукции из подсолнечника местных производителей;

– мастер-классы Подготовлены и размещены не менее трех статей в СМИ и соцсетях о подготовке и проведении фестиваля. Проведен фестиваль «Подсолнечный край» Пользователи результатом: жители и гости Алексеевского городского округа.

В непосредственной близости от места проведения фестиваля находятся:

- парк культуры и отдыха, в котором и проводится данное мероприятие;
- памятник первооткрывателю подсолнечного масла Д.С. Бокареву;
- обустроенная набережная реки Тихая Сосна;
- Алексеевский краеведческий музей;
- Свято – Троицкая церковь;
- Церковь Димитрия Ростовского;
- Храм Александра Невского;
- Спортивный парк Алексеевский;
- Дом семьи Бокаревых.

Объекты размещения:

- гостиница «Тихая сосна»;
- гостиница «Северная Пальмира»;
- гостиница «Красный подсолнух»;
- гостиница «Жилье люкс»;
- гостиница «Постоялый двор».

В рамках работы фестиваля проходили выставки и мастер-классы, посвященные главному символу края и фестиваля – подсолнуху, конкурс костюмов подсолнечной тематики, дегустация гигантского пирога в форме подсолнуха, выставка цветочных композиций с солнечными цветами и,

конечно, плетение общего венка из подсолнухов длиной более 80 метров и хоровод с ним.

Для посетителей был представлен широкий спектр игровых развлекательных форм состязательного характера. Все игры были обусловлены тематикой фестиваля. В качестве реквизита были использованы шляпки подсолнечника, «масленичные гири», горки подсолнечной шелухи.

Гостям представилась возможность поучаствовать в производственном процессе подсолнечного масла, а так же изделий из семян подсолнечника.

На всей территории парка проводились выставки и мастер-классы. Несомненным украшением праздника стала выставка цветочных букетов «Подсолнечные метаморфозы», в котором были выбраны победители в нескольких номинациях, а именно «Символ округа», «Палитра», «Большое хорошо, а маленькое не хуже», «Подсолнечный букет для буренки» и «Игрушка из живых цветов с использованием цветов подсолнуха.

Фестиваль сопровождался выступлением народных коллективов Алексеевского городского округа, соседних районов и округов.

Шедевром фестивальной выпечки стал гигантский четырехметровый пирог, который был изготовлен в форме подсолнуха. Гостей фестиваля впечатлили размеры кулинарного изделия, диаметр которое составил четыре метра и вес около пятисот килограммов.

Первые несколько кусочков были разыграны в «Солнечной лотерее», но попробовали его все желающие.

Финальным аккордом фестиваля прозвучал общий хоровод душистых луговых трав и цветков. Участники хоровода представили 100 метровый венок из растений местной флоры, который был изготовлен по инициативе и непосредственном участии жителей сельского поселения.

А после хоровода были торжественно награждены победители конкурсов.

Фестиваль «Подсолнечный край», который проводился в Алексеевке впервые, посетили творческие коллективы и гости из Воронежа, а также Красненского, Красногвардейского, Волоконовского районов, Старооскольского и Новооскольского округов. Всего приехало 78 коллективов и 26 мастеров.

Зрители проявили огромный интерес к выступлению Белгородского кукольного театра, выставке продукции из подсолнечника. А проведенный фитнес-ринг наполнил гостей положительными эмоциями и впечатлениями. И, конечно же, кульминацией мероприятия явился хоровод из более чем 3500 участников с 80-метровым «Солнечным венком», сплетенным совместными усилиями.

Однако осуществив анализ реализованного проекта, мы обнаружили недостаточное продвижение самого мероприятия для узнаваемости территории.

Продвижение мероприятия – это не менее важный элемент проекта, требующий максимального и подробного планирования. При проведении событийного мероприятия очень важно осуществить узнаваемость

мероприятия, иначе все потраченные усилия на организацию могут не принести желаемого и запланированного результата.

Многие пункты создания мероприятия и создания турпродукта схожи между собой, как минимум, продвижением, любое продукт, будь то мероприятие, турпродукт – его нужно продвигать, иначе о нем никто не узнает. Различные современные маркетинговые инструменты, в том числе и инструменты интернет-маркетинга позволяют эффективно распространить информацию о предстоящем событии среди его целевой аудитории. Соответственно, продвижением мероприятия может быть любая рекламная маркетинговая стратегия, которая доносит информацию об ивенте до аудитории.

Анализируя информацию о фестивале в сети Интернет, мы выяснили, что информация носит разрозненный и не планомерный характер. В общей сложности мы нашли всего 9 упоминаний о событии, большая часть из них – это информация о состоявшемся фестивале, который прошел впервые в 2019 году. Об этом указано на портале «Культура.РФ», в Национальном календаре событий (<https://eventsinrussia.com/>), на сайте Ассоциации Совета муниципальных образований Белгородской области, видео-репортаж, на сайте теле-радио компании «Мир Белогорья», газета «Комсомольская правда».

О том, что фестиваль состоялся второй раз, в 2021 году указано лишь на сайте независимой газеты «Без формата» и региональной газеты «Заря».

Информации о том, что фестиваль пройдет в 2023 году практически нет. На сайте «Культурный регион Белогорье» (<https://bel.cultreg.ru/>) и газеты «Аргументы и факты Белгород» информация представлена очень скудно и кратко. Таким образом, мы сделали вывод, что продвижение практически отсутствует за пределами Белгородской области.

На основании проведенного исследования мы разработали практические рекомендации для продвижения фестиваля «Подсолнечный край».

1. Создание Веб-сайта для мероприятия. Для того чтобы потенциальные участники активно коммуницировали и проявляли интерес, должна быть возможность и потребность зарегистрироваться на веб-сайте и содержать необходимую информацию. Инструменты для организации и проведения также помогут персонализировать весь процесс планирования мероприятия.

2. Продвижение мероприятия через социальные сети. Социальные сети – один из лучших и основных инструментов взаимодействия с потенциальной аудиторией, учитывая, что это бесплатный инструмент. Лучше задействовать несколько социальных сетей, тем самым значительно расширять потенциальный охват пользователей в рекламных кампаниях (VK; Яндекс.Дзен; Одноклассники; Telegram).

Также мы рекомендуем использовать такие инструменты продвижения в социальных сетях, как: хештеги, конкурсы, амбассадоры.

Взаимодействие с подписчиками – это ключевой элемент продвижения. Это применимо практически для всех мероприятий. Взаимодействие с потенциальной аудиторией еще до начала события, это большой процент их присутствия на мероприятии.

3. Email-маркетинг мероприятия позволит привлечь заинтересованную аудиторию, привлечь внимание.

4. Спонсоры. Привлечение спонсоров значительно повысит экономическую эффективность мероприятия. Так, например, известно, что на территории г. Алексеевка находятся такие крупные кампании как: «ЭФКО», которая входит в число крупнейших компаний пищевой промышленности России, «Алексеевский молочно-консервный комбинат», который является одним из ведущих производителей молочной продукции в Белгородской области. Это может стать взаимовыгодным сотрудничеством для обеих сторон и повысить узнаваемость территории.

5. Создание лендинга.

6. Возможное сотрудничество с инфопартнерами для продвижения мероприятия.

7. Использование нестандартных методов продвижения.

8. Продвижение лендинга с помощью контекстной рекламы.

Таким образом, технология успешного брендинга во многом обусловлена развитием фестивальной деятельности, основанной на значимых событиях регионального значения. В этой связи необходима поддержка всех государственных структур, общественности, творческих работников.

Список литературы

1. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
2. Гененко, О. Н. Туризм как инструмент развития сельской территории. / О. Н. Гененко // Актуальные проблемы развития туризма : материалы IV Международной научно-практической конференции. – Москва, 2020. – С. 19-25.
3. Гененко, О. Н. Культурно-массовые мероприятия как основа зарождения и развития событийного туризма / О. Н. Гененко, И. В. Семченкова // Современная праздничная культура России: традиции и инновации : сборник материалов II Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Белгород, 17 апреля 2023 года. – Белгород : БГИИК, 2023. – С. 234-240.
4. Национальный календарь событий. – URL: <https://eventsinrussia.com/event/22594> (дата обращения: 01.12.2023).
5. МАУК «ЦКР «Солнечный» : Официальный сайт. – URL: <http://цкр-солнечный.рф/> (дата обращения: 01.12.2023).
6. Национальная премия Russian Event Awards : Официальный сайт. – URL: <https://rea-awards.ru/> (дата обращения: 01.12.2023).
7. Формирование социально-культурного бренда сельских территорий: региональный аспект / Е. В. Харьковская, Е. А. Белецкая, Ю. В. Бовкунова, О. Н. Гененко // ALMA MATER (Вестник Высшей Школы). – 2018. – № 7. – С. 107-110.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Ю.Ю. Дюрягина, Г.Ф. Булатова
Казанский (Приволжский) федеральный университет
e-mail: imsuchasad@mail.ru
e-mail: gfvaleeva@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена вопросам современного состояния туристской отрасли, проблемам и перспективам развития. Отражены особенности, которые свойственны туризму на сегодняшний день. Среди них набирающее обороты онлайн-бронирование, более внимательное отношение туристов к безопасности в путешествии и другие аспекты. Среди проблем наиболее остро стоит нарастающая конкуренция среди турфирм, сезонность, качество инфраструктуры. В качестве выводов исследования определены возможности развития туризма в дальнейшем.

Ключевые слова: современный туризм, туристская отрасль, проблемы туризма, возможности туризма, онлайн-бронирование, конкуренция, качество туристской инфраструктуры.

THE CURRENT STATE OF THE TOURISM INDUSTRY: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Y.Y. Duryagina, G.F. Bulatova
Kazan (Volga Region) Federal University
e-mail: imsuchasad@mail.ru
e-mail: gfvaleeva@gmail.com

Abstract. The article is devoted to the issues of the current state of the tourism industry, problems and prospects of development. The features that are characteristic of tourism today are reflected. Among them, online booking is gaining momentum, tourists' more attentive attitude to travel safety and other aspects. Among the problems, the most acute is the growing competition among travel agencies, seasonality, and the quality of infrastructure. As the conclusions of the study, the possibilities of tourism development in the future are identified.

Keywords: modern tourism, tourism industry, tourism problems, tourism opportunities, online booking, competition, the quality of the tourist infrastructure.

Туристическая отрасль – это одна из ключевых отраслей мировой экономики, ежегодно привлекающая большое количество инвестиций и создающая значительное количество рабочих мест. Но последние несколько лет отразились на отрасли туризма отнюдь не положительным образом. Туризму пришлось столкнуться с рядом проблем, что негативно сказалось на его развитии. В этой научной статье отражено современное состояние сферы, а также определены возможности ее дальнейшего развития.

На состояние отрасли туризма в последние годы сильно повлияли мировые события, включая глобальную пандемию COVID-19. До пандемии туризм активно рос и развивался как внутри страны, так и на международном уровне. Отрасль предлагала широкий спектр услуг и различные виды

путешествий, включая пляжный отдых, экскурсионные туры, круизы, горнолыжные курорты, медицинский туризм и многое другое.

Однако пандемия COVID-19 имела серьезные последствия для отрасли туризма. Закрытие границ, введение ограничений на перемещение и запреты на нахождение большого количества людей в общественных местах привели к значительному снижению числа туристов и вынудили многие туристические компании закрыться или сократить масштабы своей деятельности.

Все страны в разной степени столкнулись с отрицательными последствиями пандемии. Компании, зависимые от международного туризма, пострадали особенно сильно, поскольку многие страны закрыли свои границы для иностранных граждан и ввели карантинные меры. Международные авиалинии также столкнулись с ограничением полетов, что сильно сократило количество пассажиров. В результате туристическая индустрия потеряла значительную долю своего дохода и рабочих мест.

Однако с постепенным снятием ограничений и внедрением вакцинации, туристическая отрасль постепенно выздоравливает. Внутренний туризм стал одним из первых восстановившихся сегментов, поскольку путешествия внутри страны стали более безопасными. Одновременно восстанавливается и международный туризм, но его восстановление проходит медленно из-за сложностей с въездом в некоторые страны и беспокойства о новых вспышках заболеваемости.

Туристические компании и зависимые от них предприятия активно принимают меры для адаптации к новой реальности и предоставлению безопасного и ответственного туристического опыта. Можно говорить о завершении «пандемийного» этапа развития мирового и региональных рынков туризма. Постпандемийный этап функционирования туристической индустрии связан с ускоренным восстановлением рынков туризма; усилением инвестиционной активности в отрасль с учетом «зеленых» инвестиций, то есть повышенными требованиями к охране окружающей среды; усилением значимости внутреннего туризма; развитием новых современных видов туризма [2].

Выделим некоторые тенденции и особенности, присущие современному туризму:

- 1) онлайн-бронирование набирает обороты. Путешественники используют Интернет для поиска и бронирования отелей, авиабилетов, экскурсий и других услуг. Туристы вместо посещения агентств вживую, предпочитают общаться с менеджерами с помощью социальных сетей и мессенджеров, подписывают виртуальные документы электронной подписью. Сайты и приложения для туристов позволяют удобно планировать и организовывать поездку самостоятельно.

В соответствии с Федеральным законом от 28 мая 2022 г. № 148 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», запускается информационная система «Единая информационная система электронных путевок». Закон

предусматривает обязательное использование участниками туристического рынка ГИС ЕИС ЭП.

Система призвана осуществлять в режиме реального времени мониторинг деятельности туроператоров, производить оценку состояния туристического рынка. Обеспечивать уполномоченные органы государственной власти информацией в случаях неоказания туроператорами услуг по договору о реализации туристического продукта и необходимости принятия мер по оказанию экстренной помощи туристам [3];

2) индивидуальные путешествия становятся популярнее. Современные путешественники, особенно молодежь, предпочитают индивидуальные поездки, чтобы самостоятельно планировать свои маршруты, выбирать отели и деятельность во время путешествия;

3) туристы обращают больше внимания на безопасность отдельных регионов при бронировании. Например, из-за событий, связанных с Израилем и Палестиной, многие туристы отказываются от поездок в Шарм-эль-Шейх и близлежащие места. Большинство туристов сегодня более осознанны и стремятся путешествовать с учетом безопасности, природы, культур и местных сообществ. Они выбирают экологически чистые и социально ответственные варианты путешествий;

4) происходит развитие экосистемы туризма. Туризм является ключевым фактором в развитии экономики многих стран. Государства активно инвестируют в развитие туристической инфраструктуры, создание новых отелей, парков и достопримечательностей. Например, туроператор ANEX Tour открыл полетную программу на летний сезон Турции уже в январе 2024 года, представив большое количество новой туристской инфраструктуры;

5) туристы активно используют цифровые технологии во время путешествия. Современные технологии, такие как виртуальная реальность, дополненная реальность, мобильные приложения и социальные сети, активно используются для облегчения и улучшения туристического опыта;

6) увеличивается значимость сферы туризма на государственном уровне, что способствует дополнительному финансированию отрасли (Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, Государственная программа «Развитие туризма», утвержденная 24 декабря 2021 года, Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)», Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», разнообразие программ развития отдельных видов туризма (сельского, молодежного и студенческого туризма и т.д.)) [1, с. 820].

Туризм современности – область интенсивных и многочисленных инноваций, включая те, что связаны с пониманием туристического путешествия как развивающего, в частности, образовательного [5, с. 87].

Современный туризм сегодня предлагает широкий выбор возможностей и опций для путешествий, учитывая потребности и предпочтения разных туристов, однако это все равно меньше того, что мог

предложить туризм в 2019 году до всех неприятных эпидемиологических событий.

Рассмотрим основные проблемы, актуальные сейчас для туристической отрасли:

1) наблюдается возрастающий уровень конкуренции между туристскими фирмами. Уровень конкуренции в сфере туризма значительно возрос в последние годы. Компании сталкиваются с ростом числа конкурентов, что приводит к необходимости постоянного обновления предложений и снижению цен, о чем свидетельствуют следующие количественные данные (информация за 2022 год без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям)):

Таблица 1

Отдельные показатели деятельности организаций туристической
(по полному кругу организаций (без учета индивидуальных предпринимателей)) [4]

Наименование статистических показателей	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число организаций	86 968	114 779	113 009	111 874	113 847	114 041	108 648
Число прибыльных организаций	64 821	87 169	85 870	85 062	76 320	86 096	82 383
Число убыточных организаций	22 147	27 610	27 139	26 812	37 527	27 945	26 265
Выручка (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), млрд. рублей	3 103,4	5 584,3	6 207,3	4 879,3	5 212,4	7 130,5	5 476,8
Прибыль, млрд. рублей	302,6	380,2	371,4	353,6	254,6	483,0	653,7
Убыток, млрд. рублей	141,7	208,8	168,5	180,1	471,4	233,1	441,9
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млрд. рублей	161,0	171,4	202,9	173,5	-216,8	249,8	211,8
Ввод в действие объектов туризма (мест)							
Гостиницы	10 822	12 460	12 191	14 489	11 711	13 245	21 700
Санатории	356	1 287	664	840	188	1 714	1 523
дома отдыха	730	850	2 794	1 415	847	1 430	1 300
туристские базы	371	817	417	580	804	1 019	1 204
Мотели	149	99	177	67	404	69	149
Кемпинги	60	3	105	426	107	32	22

Таблица 2

**Отдельные показатели деятельности организаций туриндустрии
(без учета субъектов малого предпринимательства) [4]**

Наименование статистических показателей	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Средняя численность работников, человек.	1 231 779	1 191 464	1 166 350	1 179 697	1 146 426	1 161 860	1 137 170
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера), человек.	1 154 228	1 117 138	1 091 346	1 104 288	1 083 311	1 090 822	1 065 333
Среднемесячная начисленная заработная плата работников, руб.	42 947	46 160	51 580	54 185	52 985	59 234	66 420
Оборот, млрд. рублей	1 755,7	2 416,5	2 785,4	3 041,1	1 950,4	2 960,0	3 007,5
Инвестиции в основной капитал, млрд. рублей	323,8	313,1	348,9	359,5	350,4	386,2	593,2
Наличие основных фондов по полной учетной стоимости на конец года, млрд. рублей	2 442,2	4 254,3	4 807,5	4 942,9	3 488,5	3 523,9	4 412,1
Наличие основных фондов на конец года по остаточной балансовой стоимости, млрд. рублей	1 583,4	2 744,2	3 091,7	3 121,8	2 057,9	2 107,2	2 587,7
Ввод новых основных фондов (значение показателя за год), млрд. рублей	187,4	242,1	385,4	425,9	288,3	288,7	315,1
Степень износа основных фондов на конец года, процентов	35,2	35,5	35,7	36,8	41,0	40,2	41,3

С целью выявления динамики рассчитаем в процентном соотношении изменение показателей деятельности организаций туриндустрии с 2016 по 2022 год:

Таблица 3

**Изменение показателей деятельности организаций туриндустрии
за 2016-2022 г., %**

Наименование статистических показателей	% изменения
Средняя численность работников, человек.	-7,680679732
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера), человек.	-7,701684589
Среднемесячная начисленная заработная плата работников, руб.	54,65666985
Оборот, млрд. рублей	71,2991969
Инвестиции в основной капитал, млрд. рублей	83,19950587
Наличие основных фондов по полной учетной стоимости на конец года, млрд. рублей	80,66087953

Наличие основных фондов на конец года по остаточной балансовой стоимости, млрд. рублей	63,42680308
Ввод новых основных фондов (значение показателя за год), млрд. рублей	68,14300961
Степень износа основных фондов на конец года, процентов	17,32954545
Число организаций	24,92871
Число прибыльных организаций	27,09307
Число убыточных организаций	18,59394
Выручка (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), млрд. рублей	76,47825
Прибыль, млрд. рублей	116,002
Убыток, млрд. рублей	211,9696
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млрд. рублей	31,55462
Ввод в действие объектов туризма (мест)	24,92871
Гостиницы	100,5175
Санатории	327,809
Дома отдыха	78,08219
Туристские базы	224,5283
Мотели	0
Кемпинги	-63,3333

Как видно из приведенных данных, действительно за последние годы возрос уровень конкуренции между туристскими фирмами, а также в целом можно судить о развитии отрасли туризма в стране.

2) туристические агентства сильно зависят от сезонности. Многие туристические компании сталкиваются с проблемой зависимости от сезонности спроса. Большинство путешествий происходят в определенные периоды года, что может приводить к сокращению доходов компаний в остальное время;

3) не во всех направлениях достойный уровень инфраструктуры. В некоторых регионах мира туристическая инфраструктура не соответствует современным требованиям и ожиданиям туристов. Например, Куба, где большинство отелей средней ценовой категории предлагают туристам «уставшую» мебель, плохой сервис, несовременный интерьер в номерах и другие проблемы. Это может отрицательно сказаться на имидже компаний и создавать проблемы в привлечении новых клиентов;

4) экология неустойчива к росту туристской инфраструктуры. Развитие туристической отрасли может приводить к негативным экологическим последствиям, таким как загрязнение окружающей среды и разрушение

экосистем. Современные туристические компании сталкиваются с необходимостью внедрения экологически устойчивых практик для минимизации негативного влияния на окружающую среду.

Говоря о возможностях и перспективах развития туристической отрасли, можно отметить:

1) использование новых технологий. Внедрение инноваций и усовершенствование имеющихся ресурсов отрасли, которые нам дает век технологий, может предоставить туркомпаниям возможности для совершенствования процессов продажи и обслуживания клиентов;

2) развитие новых направлений туристического отдыха. В условиях конкуренции и недоступности некоторых регионов, компании могут искать новые, малоисследованные направления, как, например, Занзибар в период пандемии. Это позволит привлечь новых клиентов и создать своеобразную нишу;

3) повышение качества обслуживания. В условиях конкуренции туристические компании могут отличаться от других по качеству обслуживания. Улучшение качества обслуживания может привести к повышению уровня удовлетворенности клиентов. Достичь этого может помочь качественное обучение персонала и автоматизация процессов бронирования, оплат и т.д.

Таким образом, развитие туристической отрасли представляет собой сложный процесс, который требует комплексного подхода к решению проблем и использованию возможностей. Однако, при правильном подходе и с учетом современных тенденций, туристическая отрасль может стать мощным двигателем экономического развития всего мира.

Список литературы

1. Валеева, Г. Ф. Тенденции развития индустрии туризма в Российской Федерации / Г. Ф. Валеева // Настоящее и будущее России в меняющемся Мире: общественно-географический анализ и прогноз / под общей ред. А. Г. Дружинина и В. П. Сидорова : материалы Международной научной конференции (Ижевск, 13-18 сентября 2021 г.). – Ижевск : Удмуртский университет, 2021. – С. 817-821.
2. Воскресенский, В. Ю. О современном состоянии рынков туризма в зарубежных странах и России / В. Ю. Воскресенский // Российский внешнеэкономический вестник. – 2023. – № 7. – С. 43-52.
3. Государственная информационная система «Электронная путёвка» (ГИС ЕИС ЭП). – URL: <https://ev.tourism.gov.ru> (дата обращения: 15.01.2024).
4. Туризм в России : официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications> (дата обращения: 18.01.2024).
5. Человек путешествующий и его развитие средствами туризма: современное состояние и ограничения / Н. В. Кузнецова, В. В. Аршинова, Н. М. Владимиров, А. С. Аршинов // Человек и образование. – 2022. – № 4 (73). – С. 80-90.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СЕРВИСА В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Е.С. Кущенко

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: es87rus@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблема учета психологического восприятия туристского продукта, а именно – услуг гостиничного предприятия. Получение прибыли возможно лишь при условии высокого спроса гостиницы, который, в свою очередь зависит от уровня сервиса и спектра дополнительных услуг.

Ключевые слова: сервис, маркетинг, мерчендайзинг, услуга, прибыль, гостиничный бизнес, сезонность, месторасположение, инсайдерский контент, гостеприимство.

THE PSYCHOLOGICAL ASPECT OF SERVICE IN THE HOTEL INDUSTRY

E.S. Kushchenko

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: es87rus@yandex.ru

Abstract. The article considers the problem of accounting for the psychological perception of a tourist product, namely, the services of a hotel enterprise. Making a profit is possible only if the hotel is in high demand, which, in turn, depends on the level of service and the range of additional services.

Keywords: service, marketing, merchandising, services, profit, hotel business, seasonality, location, insider content, hospitality.

Сегодня, когда гостиничный рынок перенасыщен всевозможными предложениями на любой вкус и кошелёк, огромное значение имеет уровень оказываемого гостям сервиса. «Сервис в маркетинге – подсистема деятельности предприятия, обеспечивающая комплекс услуг по сбыту и эксплуатации машин, оборудования, средств транспорта. В широком смысле – услуги, предлагаемые организациями своим клиентам по ремонту и наладке технических средств, бытовой аппаратуры, коммунальной техники и т.д.» [6].

В статье под сервисом мы будем понимать не только перечень дополнительных услуг гостиничного предприятия, а вскроем проблему более глубоко и обратим внимание на психологический аспект обслуживания, на умение персонала не просто угодить гостю, но и предугадать его дальнейшие пожелания.

Американский психолог Вилл Шутц выделил три базовые социальные потребности у человека: потребность в причастности, потребность в безопасности и контроле, потребность в тесных эмоциональных отношениях [5, с. 44]. Опираясь на мнение В. Шутца, мы можем определить, что основной базовой потребностью клиента является потребность в благожелательном к

себе отношении. Гость определяет для себя услугу и складывает впечатление о том, как она будет реализована. Гость платит за обещание, поскольку услуга является нематериальной, и он оценит ее только когда воспользуется этой услугой.

Рассмотрим другую сторону взаимоотношений гость – отель. Что отель может предложить гостю?

Гостиничный бизнес – объект предпринимательской деятельности. Цель любого вида предпринимательской деятельности – это получение прибыли.

Прибыль выполняет следующие три важнейшие функции:

- характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия;
- выполняет стимулирующую функцию, являясь основным элементом финансовых ресурсов предприятия;
- является важнейшим источником формирования бюджетов разных уровней [3, с. 31].

Поскольку высокий уровень сервиса способствует увеличению прибыли гостиницы, рассмотрим совокупность факторов, от которых так же зависит объем продаж в гостиничной индустрии.

Во-первых, это сезонность. Пожалуй, этот фактор можно считать важнейшим, поскольку есть регионы (соответственно, гостиницы) с ярко выраженной сезонностью. В зависимости от сезона, времени года, спрос на гостиничные услуги может меняться, стоимость, соответственно, тоже.

Стоимость. Важным фактором при выборе отеля является стоимость услуг проживания. Есть более бюджетные варианты, есть менее. В любом случае, цена на размещение должна быть оправданной и целесообразной, соответствовать категоричности отеля.

Месторасположение тоже является несомненным фактором, привлекающим гостей. Большинству хотелось бы остановиться в гостинице, у которой удобное расположение и все необходимые объекты и достопримечательности находятся в шаговой доступности.

Реклама и маркетинг. На этом факторе следует остановиться, потому что он раскрывает сущность заявленного в данной статье вопроса – психологический аспект сервиса в гостиничной индустрии.

Без грамотно выстроенной маркетинговой стратегии сегодня не функционирует ни одна считающая себя современной гостиница. Из зарекомендовавших себя стратегий можно выделить:

– желание удовлетворить гостя, предоставив ему гораздо больше, чем кровать и завтрак. Гостям хочется запоминающихся впечатлений. Например, занятия йогой, стрейчингом, организация интересных встреч с известными личностями, разработка индивидуальных маршрутов прогулок и шопинга. Благодаря хорошо продуманному таргетингу, маркетологи создают сложно сегментированную аудиторию, которой были бы интересны нестандартные предложения отеля [7];

– поддержка программы лояльности. А именно – поздравления с днем рождения, годовщиной свадьбы, скидки на последующие заезды, приятный комплемент в номер, выдача гостиничного мерча.

Мерчендайзинг (от англ. *merchandising*) – часть процесса маркетинга, определяющая методику продажи товара в магазине [4, с. 656].

Гостиничный мерчендайзинг включает различные методы и приемы для рекламирования и продвижения услуг отеля. Помимо сувенирной продукции с логотипом и цветовым стилистическим набором мерчендайзинг в гостиничном бизнесе может включать:

– цветовую гамму вывески, логотипа, экстерьера и интерьера, декора, которые отражают бренд и привлекают внимание гостей;

– предложение дополнительных услуг отеля, например, услуги спа комплекса, фитнес центра, конференц-зала, детского клуба и прочее. Информация о предоставлении дополнительных услуг должна быть доступна каждому гостю и привлекательна для него;

– акции, скидки, бонусы, специальные пакеты услуг так же входит в мерч- набор отеля и способствует брендингу и повышению доходности от операций гостиницы.

Говоря о лояльности, приведём пример маркетинговой стратегии сети отелей Ritz-Carlton. В случае, если в отеле ребенок забыл игрушку, служащие отеля высылают ее на почту родителям, сопровождая рядом фотографий, на которых изображено, как игрушка проводила время в отеле, ожидая отправления к своему владельцу.

Еще один пример, гостиница Гельведея (Санкт-Петербург) предлагает программу лояльности для часто останавливающихся в ней гостей. В каждый пятый заезд какой-либо комплемент. Это могут быть: ранний заезд/поздний выезд, меню подушек, бесплатные напитки, дополнительный сервис и другие.

В Сочинском отеле «Гелиопарк» одно время предлагали гостям в качестве комплемента ваучер на бесплатный бокал вина в ресторане. Конечно, одним бокалом вина гости не ограничивались, заказывали по меню блюда и оплачивали уже сами.

Отель Гелиопарк в Сочи одно время предлагал гостям, бронирующим проживание на сайте, ваучер на бокал вина в ресторане. Естественно, гости не ограничивались одним бокалом, и заказывали что-то еще, уже за свой счет. Продажи ресторана тогда также увеличивались.

Действенным инструментом воздействия на потенциального клиента гостиницы является использование инсайдерского контента. И, как оказывается, клиентам это нравится. Они имеют возможность подсмотреть «закулисную жизнь» отеля, увидеть «внутреннюю кухню», тем самым приблизить себя к отелю и в дальнейшем отождествлять себя с ним. Познакомившись с таким контентом, клиент хочет уже своими глазами увидеть отель, номера, попробовать кухню и воспользоваться услугами такого уже «близкого» средства размещения. Получив заявку на бронь, отель

может «вести» гостя до заселения. Можно предлагать дополнительные услуги, снабдив их привлекательными скидками.

После того, как гость покидает отель, главной задачей отеля являются положительные рекомендации гостя о месте отдыха, а также возвращение этого гостя в будущем.

По словам психологов, гостеприимство – важнейшее свойство туристского продукта, это искусство дать людям почувствовать, что им рады.

Самое главное правило гостиничного обслуживания – удовлетворить все возникшие потребности клиентов, предложить им спектр определенных услуг и постоянно работать над их качеством, разнообразием и уникальностью.

Список литературы

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. – Москва : Юрайт, 2021. – 338 с.
2. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учебное пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. – 400 с.
3. Левчаев, П. А. Финансовые ресурсы предприятия: теория и методология системного подхода / П. А. Левчаев ; науч. ред. проф. П. В. Шичкин. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2002. – 104 с.
4. Русский орфографический словарь: около 180 000 слов / О. Е. Иванова, В. В. Лопатин (отв. ред.), И. В. Нечаева, Л. К. Чельцова ; Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва, 1986. – 960 с.
5. Шутц, В. Глубокая простота. Основы социальной философии / В. Шутц. – Санкт-Петербург, 1993. – 244 с.
6. Сервис: основные понятия и термины. – URL: <https://www.finam.ru/publications/item/servis-20230629-1037/> (дата обращения: 12.12.2023).
7. Пять маркетинговых стратегий популярных отелей, которые работают. – URL: <https://prohotel.ru/news-221630/0/> (дата обращения: 21.12.2023).

АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В.В. Лиханова

Забайкальский государственный университет

e-mail: vika_likhanova@mail.ru

Аннотация. В последнее время люди все чаще обращают внимание на экологию в мире, стараются помочь окружающей среде, распространяют информацию о том, как природа нуждается в трепетном отношении к ней. Экологический туризм выступает одной из форм сохранения уникальных природных объектов. Территория Забайкальского края располагает ресурсами для развития разнообразных форм экологического туризма. В статье представлены результаты анализа основных природных объектов, на территории которых имеются разработанные экологические маршруты, а также возможно дальнейшее развитие экологического туризма.

Ключевые слова: Забайкальский край, экологический туризм, заповедник, национальный парк, экологический маршрут.

ANALYSIS OF THE POTENTIAL OF THE TRANS-BAIKAL TERRITORY FOR THE ECOLOGICAL TOURISM DEVELOPMENT

V.V. Likhanova
Trans-Baikal State University
e-mail: vika_likhanova@mail.ru

Abstract. Recently, people are increasingly paying attention to the ecology in the world, trying to help the environment, spreading information about how nature needs a reverent attitude towards it. Ecotourism is one of the forms of preservation of unique natural objects. The territory has resources for the development of various forms of eco-tourism. The results of the analysis of main natural objects are presented in the article. These natural objects have developed ecological itineraries and can be used for further development of this type of tourism.

Keywords: Trans-Baikal Territory, ecological tourism, nature reserve, national park, ecological route.

Становление такого вида отдыха, как экологический туризм на территории Российской Федерации не относится в настоящее время к приоритетным направлениям в силу экономических и политических причин. Однако среди регионов России Забайкальский край имеет репутацию региона, на территории которого имеются перспективы для воплощения в жизнь туров и маршрутов экологического характера. На территории края имеются места девственной природы, которые не были тронуты человеческим вмешательством, что является важной составляющей в популяризации экологического туризма.

Нетронутость, а также ненарушенность природных комплексов человеческой деятельностью и плюсом ко всему малонаселенность являются теми неотъемлемыми условиями, при которых именно экологический туризм может дать внушительный социальный эффект. Стоит отметить, что к тем самым природным объектам, которые играют важную роль в развитии туристской индустрии края, на наш взгляд, следует отнести особо охраняемые природные территории (ООПТ), в их число которых включены национальные парки, заповедники, заказники, природные памятники и экологические тропы. Данные компоненты при правильной и грамотной организации туристской деятельности могут привлечь достаточное количество туристов со всего мира [5].

Общеизвестным фактом является то, что наибольшая рекреационная нагрузка приходится на национальные парки, памятники природы и заказники. В связи с этим необходим строго регламентированный режим посещения этих территорий в соответствии с их функциональными задачами.

На сегодняшний день формирование и развитие экотуризма на территории края осуществляется в таких резерватах, как государственные природные биосферные заповедники «Сохондинский» и «Даурский», заказники федерального значения «Цасучейский бор» и «Долина дзерена», национальные парки «Чикой» и «Кодар», памятник природы федерального значения «Ледники Кодара».

В русле анализа территорий для развития экологического туризма Забайкальский край представляет собой эксклюзивную туристскую дестинацию, имеющую внушительное количество ресурсов для внедрения и дальнейшего распространения экотуризма. Незабываемой красоты нетронутая природа, богатый и разнообразный биологический мир, различные формы рельефов и ландшафтов, не менее важное национальное многообразие, а также большое множество ресурсов для экологического туризма определяют Забайкальский край, как территорию, имеющую потенциал для развития экологических видов туризма.

Забайкальский край обладает достаточным количеством туристских объектов для развития экологического туризма, но не менее важной составляющей, которую необходимо отметить, это атмосферные возможности региона. В качестве примера можно выделить продолжительность благоприятного периода для осуществления лечения и организации отдыха на местной территории, которая составляет более 100 дней в году, что позволяет осуществлять такой вид лечения, как гелиотерапия на протяжении практически всего года.

Высокую степень чистоты природных водоемов и атмосферы определяет достаточно малая плотность населения, а также полное отсутствие человека в горных и таёжных районах и минимизация, соответственно, его воздействия на окружающую среду.

Обилие горных и равнинных рек, характеризующихся чистотой, представляет собой туристский ресурс для организации водных сплавов и других спортивных мероприятий.

В ходе анализа нами были выделены следующие рекреационные территории края, которые наиболее часто посещаются как местными жителями, так и приезжими туристами.

1. Ивано-Арахлейский государственный природный ландшафтный заказник. Заказник имеет статус регионального значения и располагает большим количеством озер, прибрежные зоны которых могут похвастаться огромным количеством туристических объектов: от баз отдыха и детских оздоровительных лагерей, до туристических баз и частных домов отдыха.

2. Государственный природный биосферный заповедник «Даурский». Территория заповедника привлекает внимание туристов горько-солеными Торейскими озерами, история происхождения которых датируется XV-VII вв. до н.э. Важно также отметить, что заповедник «Даурский» является частью российско-монгольско-китайского заповедника «Даурия» [6].

По территории заповедника разработаны экологические маршруты, которые пользуются спросом среди как местных, так и приезжих туристов; основными целями данных маршрутов являются просветительские и экологические.

3. Сохондинский Государственный биосферный заповедник. Популярность заповедника среди туристов характеризуется исключительностью природных комплексов, расположенных на его

территории. Так, например, экологический маршрут «Тропую Паласса» позволяет туристам побывать в девственных местах и получить удовольствие от красоты края [4].

4. Национальный парк «Алханай» также выступает фактором для развития экологического туризма на региональном уровне. Работа в национальном парке ведется по следующим направлениям: просветительская работа в области экологического воспитания и охраны природы, восстановление подвергшихся разрушению природных, культурных и исторических объектов и комплексов, а также их дальнейшее сохранение, выработка критериев для организации регулируемого туризма и отдыха на территории национального парка, осуществление мониторинга [1].

На территории парка организовано семь экологических маршрутов: Аршан, Храм Димчига, Храм Ворота, Каменный забор, Каменное сердце, Вершина Алханая, Паломническая тропа «Ехэ гороо».

5. Национальный парк «Чикой» является самым «молодым» парком региона и представляет собой резерват площадью примерно 600 тыс. га. По верховьям реки Чикой, протекающей среди горных массивов. Десятки редких птиц и животных, обитающих на берегах реки занесены в Красную книгу.

Среди туристических маршрутов, проложенных через национальный парк «Чикой», самый популярный включает в себя группу живописных скал – Ламский городок [2].

6. Геологический парк «Удокан» находится на склонах хребта Удокан и имеет статус объекта всемирного геологического наследия. Территория парка характеризуется наличием десятков палеонтологических памятников, а в геологических разрезах собрано внушительное количество окаменелых останков вымершей фауны.

7. Ацинский заказник – это зоологический заказник в Красночикойском районе площадью 64,5 тыс. га. Причиной создания заказника является печальный фактор, а именно: неконтролируемая охота, которая привела к сокращению популяций многих зверей и птиц, и к сожалению, некоторые виды оказались на грани исчезновения [3].

Созданные правила способствовали тому, что удалось спасти десятки редких видов пернатых и млекопитающих, а также несколько краснокнижных видов растений. Известно, что сотрудники данного заказника подкармливают животных в голодный и опасный зимний период и стараются защищать их от браконьеров.

Проведя анализ потенциала экологического туризма в Забайкальском крае, можно сделать вывод, что экологический туризм может развиваться в крае благодаря большому количеству природных ресурсов и достопримечательностей. Здесь можно строить эко-отели, эко-парки, задействовать государство и местных жителей с целью развития экологического туризма. Данный вид туризма не только поможет оградить окружающую среду от негативных воздействий, но и поднять Забайкальский край на новый экономический уровень.

Список литературы

1. Алханайское большое гороо – Ехэ гороо. – URL: https://studopedia.ru/13_34339_alhanayskoe-bolshoe-goroo--ehe-goroo.html (дата обращения: 14.01.2024).
2. Национальный парк Чикой. – URL: <https://1ku.ru/puteshestviya-i-otdyx/47655-nacionalnyj-park-chikoj-istorija-sozdaniya-opisanie-s-foto/> (дата обращения: 14.01.2024).
3. Перспективы развития туризма в Забайкальском крае. – URL: https://www.myuniversity.ru/Туризм/Перспективы_развития_туризма_в_Забайкальском_крае/131253_2050454_страница2.html (дата обращения: 14.01.2024).
4. Сохондинский заповедник. – URL: <https://gotonature.ru/1995-sohondinskij-zapovednik.html> (дата обращения: 14.01.2024).
5. Сфера туризма Забайкальского края. – URL: <https://departmo.75.ru/deyatel-nost/sferaturizma> (дата обращения: 14.01.2024).
6. Федеральные ООПТ Забайкальского края. – URL: <https://amurinfocenter.org/directions/okhranyaemye-prirodnye-territorii/federalnye-oopt-zabaykalskogo-kraja/> (дата обращения: 14.01.2024).

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ ТУРОВ ВЫХОДНОГО ДНЯ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Е.В. Мирошниченко, Е.А. Белецкая
Белгородский государственный и институт искусств и культуры
e-mail: mev-el@ya.ru
e-mail: 280177@inbox.ru

Аннотация. В статье представлены результаты исследования востребованности познавательных туров выходного дня среди населения, выявление проблем и возможностей их минимизирования. Авторы приходят к выводу о том, что программы познавательных туров выходного дня будут наиболее востребованными среди туристов при условии расширения их перечня и дополнения анимационными компонентами.

Ключевые слова: познавательный тур, тур выходного дня, туристические ресурсы, турист, отдых, туристические программы.

RESEARCH OF THE DEMAND FOR EDUCATIONAL WEEKEND TOURS AMONG THE POPULATION OF THE BELGOROD REGION

E.V. Miroshnichenko, E.A. Beletskaya
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: mev-el@ya.ru
e-mail: 280177@inbox.ru

Abstract. The article presents the results of a study of the demand for educational weekend tours among the population, identifying problems and opportunities to minimize them. The authors come to the conclusion that educational weekend tour programs will be the most popular among tourists, provided that their list is expanded and supplemented with animation components.

Keywords: educational tour, weekend tour, tourist resources, tourist, recreation, tourist programs.

Проблема организации досуга и отдыха населения в современном обществе стоит достаточно остро, что требует активизации внимания к ней субъектов культуры и туризма. Сегодня туристические предприятия Белгородской области предлагают широкий перечень туров, разработанных на основе внутренних туристических ресурсов. В общем перечне туристических путешествий особое внимание в аспекте активизации полезного развивающего досуга населения следует уделить познавательным турам. Познавательные туры, разработанные на основе туристических ресурсов внутреннего значения, способствуют не только проведению организованного досугового времени, но и расширяют культурный кругозор туристов. Осмотр туристических объектов, посещение культурно-исторических территорий дает возможность для изучения культуры и истории родного края, формированию и развитию патриотических чувств человека [2, с. 347].

Систематический мониторинг востребованности познавательных туров выходного дня для населения является эффективным способом не только изучения потребностей населения, но и основанием для корректировки имеющихся туристических продуктов и разработки новых интересных программ.

Разработанная анкета имела своей целью выявление мнения опрашиваемых относительно организации туризма во время выходных дней по Белгородской области и определения существующей потребности в предложениях по познавательному туризму. Анкета позволяет понять и определить насколько будет интересен познавательный тур целевой аудитории. Вопросы в анкете были подразделены на несколько разделов.

Данное исследование является эффективным способом, благодаря которому можно получить анализ заинтересованности туристов молодого поколения в культурно-познавательном туризме выходного дня по Белгородской области. Анкетные опросы удобны тем, что легко обработать полученные данные с помощью математической обработки, а также можно легко охватить большой круг людей, например, интернет-анкетирование. Все чаще анкетные опросы стали популярны в туристской индустрии, с помощью анкеты можно оценить качество услуг, узнать о том, как работает персонал, получить предложения от клиентов, что в свою очередь помогает совершенствоваться предприятиям. Анкетирование можно использовать в различных сферах, его используют в школах, в ВУЗах, в муниципальных учреждениях и т.п. Все выше сказанное доказывает, что анкетное исследование это просто и доступно и что не менее важно эффективно для развития туристического предприятия.

В нашем исследовании приняли участие пятьдесят клиентов турагентства и пятьдесят человек – пользователей интернет по случайной выборке. Основным источником, информации выступили люди, у которых не достаточно времени для путешествий и которые хотят максимально полезно

провести время, группа людей возрастом от 18-45 лет. Анализ предпочтений туристов в познавательном туризме выходного дня даст понимание того, куда и с учетом каких объектов показа составлять экскурсионную программу тура, чтобы в дальнейшем тур мог удовлетворить потребности туриста в путешествии.

Нами была разработана анкета из пятнадцати вопросов с целью определения качества услуг и спроса на познавательные туры выходного дня по Белгородской области. Как мы уже выяснили анкетирование это просто и доступный вариант для любого учреждения. Анкетный опрос позволит узнать мнение респондентов о качестве предоставленных услуг или выявить предпочтения туристов, что поможет в развитии туристического предприятия. Анкеты удобны для их математической обработки, ими можно охватить большой круг опрашиваемых. Анкетирование было проведено с помощью интернет-опроса. Результаты ответов представлены в виде диаграмм и таблиц.

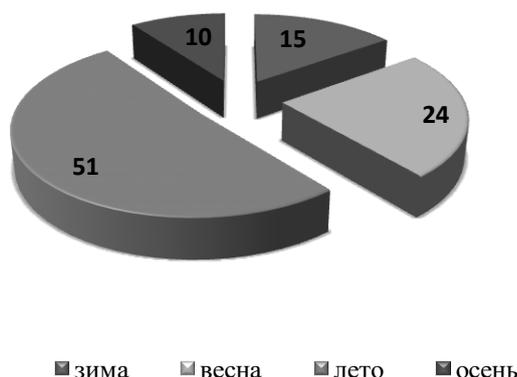
Для реализации данной цели были поставлены следующие задачи:

- определить категории потенциальных потребителей турпродукта;
- выбрать методы исследования;
- разработать анкету для проведения анкетирования респондентов;
- провести анкетирование среди интернет пользователей Белгородской области в интернет опросе;
- оценить и интерпретировать результаты анкетирования.

Первый раздел анкеты предполагает изучение предпочтений и приоритетов респондентов в выборе турпродукта (например, выявление популярных центров и маршрутов области, популярных видов туризма, выявление сезонности путешествия). Второй раздел анкетирования направлен на выявление мотивов путешествия потребителя турпродукта. В третий раздел входят вопросы, которые помогают изучить информированность потребителей о существующих турфирмах на рынке города Белгорода. Четвертый раздел определяет барьеры и факторы, препятствующие отправке в познавательный тур по Белгородской области. Пятый раздел анкеты разработан для изучения потребительских возможностей участников анкетирования. Шестой раздел анкеты разработан для характеристики самого респондента.

Анализ ответов на первый вопрос позволяет выявить в процентном соотношении наиболее распространенные сезонные предпочтения туристов. По результатам ответов на первый вопрос, мы выявили, что 51% респондентов выбрали лето для экскурсионного туризма. 24% выбрали весну, 15% выбрали зимнее время года и 10% сделали выбор в пользу осеннего сезона (диаграмма 1).

**Сезонные предпочтения отдыха клиентов
(в %-м соотношении)**



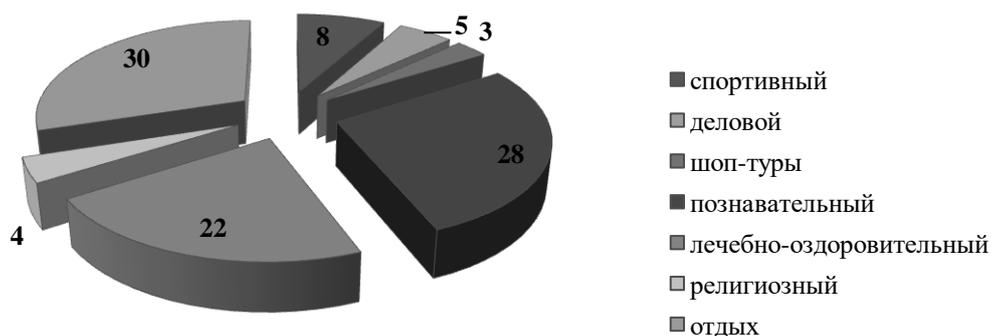
Таким образом, наиболее благоприятным временем для экскурсионного туризма для большинства людей является лето. На летний период приходится не только время отпусков и каникул, но и комфортные погодные условия для путешествий.

Предпочтения туристов весьма разнообразны. Сегодня туристические предприятия предлагают широкий перечень программ для удовлетворения самых изысканных запросов и потребностей клиентов. Здесь важно найти собственную нишу и сформировать предложение, которое будет отличаться от существующего перечня. В этом контексте, мы посчитали целесообразным определить предпочтения респондентов, участвующих в нашем анкетировании.

Второй вопрос позволяет нам определить, какие виды туризма актуальны для жителей Белгородской области. Самыми популярными видами на сегодняшний день является отдых, который выбрали 30% опрошенных клиентов, на втором месте познавательный туризм – 28%, на третьем месте лечебно-оздоровительный туризм – 22%. Менее распространёнными видами туризма на Белгородском рынке оказались: спортивный – 8% опрошенных, деловой – 5%, религиозный – 3% (диаграмма 2).

Диаграмма 2

**Выявление популярных видов туризма
(в %-м соотношении)**

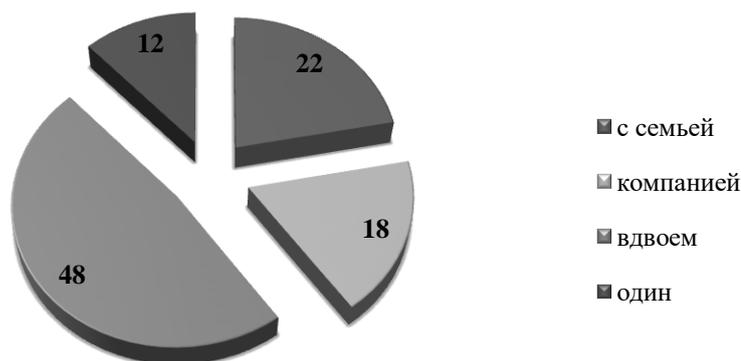


Таким образом, можно сделать вывод, что познавательный туризм является достаточно популярным видом среди населения области, не смотря на то, что его опережает отдых на незначительное количество процентов. Путешествия познавательной направленности популярны среди обучающихся образовательных организаций, производственных предприятий и учреждений. Такие программы способствуют реализации потребности в расширении кругозора и познавательной активности населения.

Анализ ответов на третий вопрос позволяет понять, с кем предпочитают отдыхать клиенты. Исходя из ответов респондентов, мы сможем подобрать максимально комфортные и интересные мероприятия для каждого участника тура на любой возраст. По результатам ответов 48% предпочитают путешествовать вдвоем, то есть в познавательных турах заинтересованы молодые пары; 22% предпочли бы путешествие с семьей, 18% с компанией и 12% в одиночку (диаграмма 3).

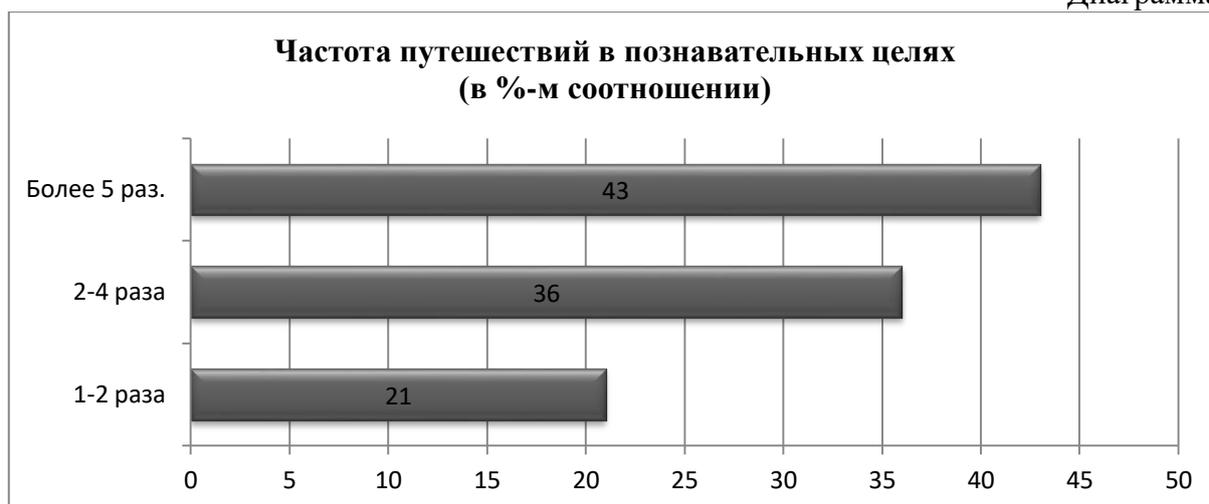
Диаграмма 3

**С кем предпочитают отдыхать клиенты
(в %-м соотношении)**



Преимущественно, респонденты предпочитают путешествия вдвоем, что может объясняться частично потребностью укрепления и развития межличностных отношений в сфере проведения совместного досуга.

Четвертый вопрос позволил проанализировать заинтересованность туристов в развитии познавательного туризма в Белгородской области. Результаты показали, что 43 % посещали экскурсии в познавательных целях более 5 раз, 36% – 2-4 раза и для 21% цель экскурсии была познавательной (диаграмма 4).

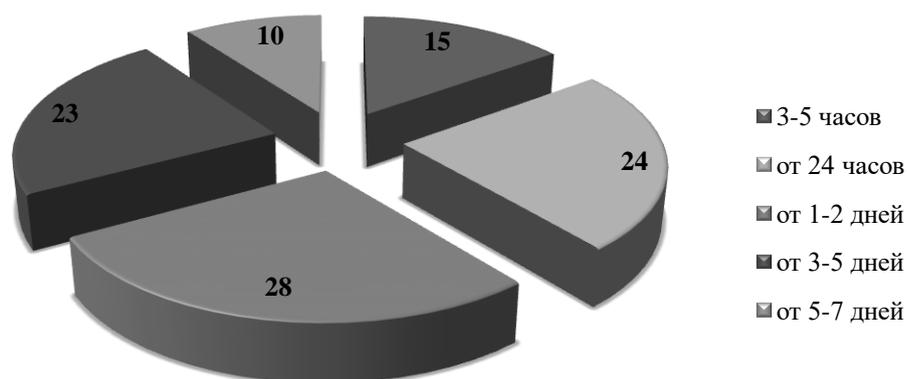


Данные подтверждают, что формирование познавательных туров будет достаточно востребовано среди Белгородского населения и будут успешно реализовываться.

Анализ ответов на пятый вопрос дает понятие, что разные категории туристов готовы ездить в достаточно продолжительные по времени познавательные туры (20%) готовы поехать в познавательный тур продолжительностью от 1-2 дней, 24% подтвердили, что готовы потратить на путешествие от 24 часов, (23%) респондентов могли бы выделить на путешествие в познавательных целях от 3-5 дней (диаграмма 5).

Диаграмма 5

**Предпочтения клиентов в продолжительности экскурсии
(в %-м соотношении)**



Таким образом, данные ответы помогли нам выбрать оптимальную продолжительность познавательного тура по Белгородской области (2 дня).

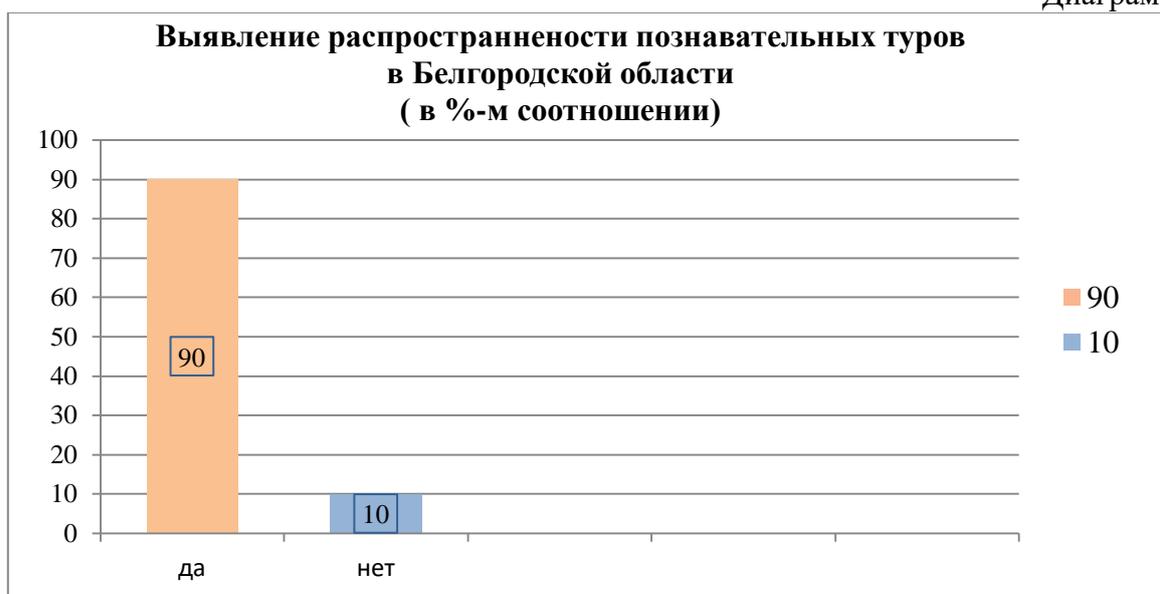
Как правило, большая часть работающего и обучающегося в различных образовательных организациях населения, имеет два выходных дня, которые могут быть использованы для проведения полезного познавательного досуга. Как выяснилось в устной беседе с респондентами, не всегда проходят в

организованной форме. Часто досуговые занятия носят пассивный характер: просмотр телевизионных программ, чтение художественной литературы, прогулки на свежем воздухе, встречи с родственниками и друзьями и прочее [1, с. 106]. Много времени в выходные дни люди тратят на решение бытовых вопросов. Подготовку к предстоящей рабочей неделе. Для путешествий большая часть населения с трудом может выделить свободное время.

Незначительная часть населения, примерно, 10% из числа опрашиваемых, покупают туры выходного дня. Среди причин, влияющих на количество приобретаемых туров выходного дня, участники опроса указывают: высокую стоимость туров, отсутствие свободного времени, риски путешествия и другое.

Варианты ответов, предложенные нами в рамках анкетирования, помогли узнать, насколько часто респонденты осуществляют познавательные туры по Белгородской области. Большинство ответили, что 90% уже когда-либо совершали путешествия в познавательных целях по области и хотели бы снова повторить и изучить другие места, и 10% – на этот вопрос дали отрицательный ответ (поездки не осуществлялись) (диаграмма 6).

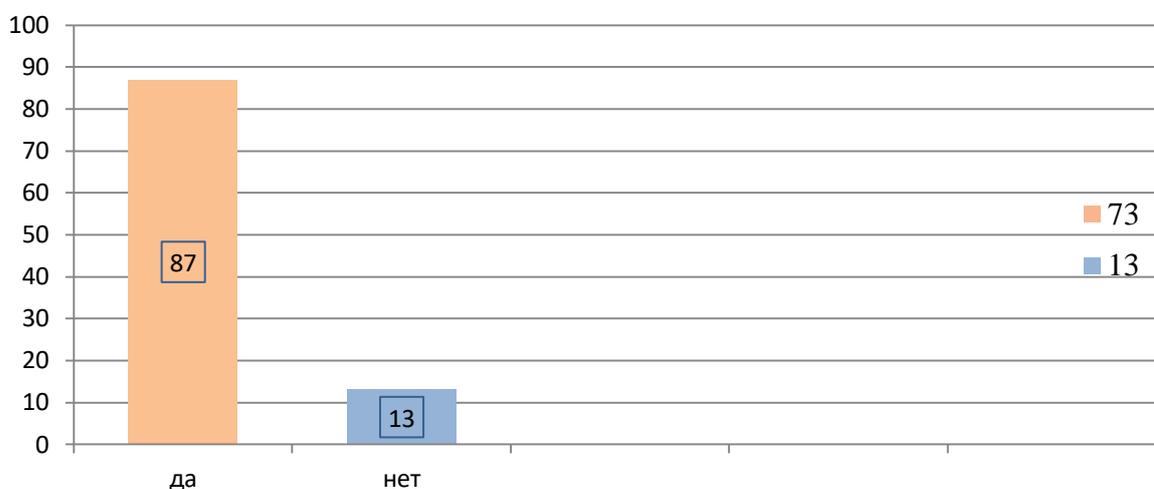
Диаграмма 6



Шестой вопрос помогает проследить востребованность и популярность познавательного туризма по Белгородской области среди ее жителей и помогает понять уровень развитости данного направления в регионе.

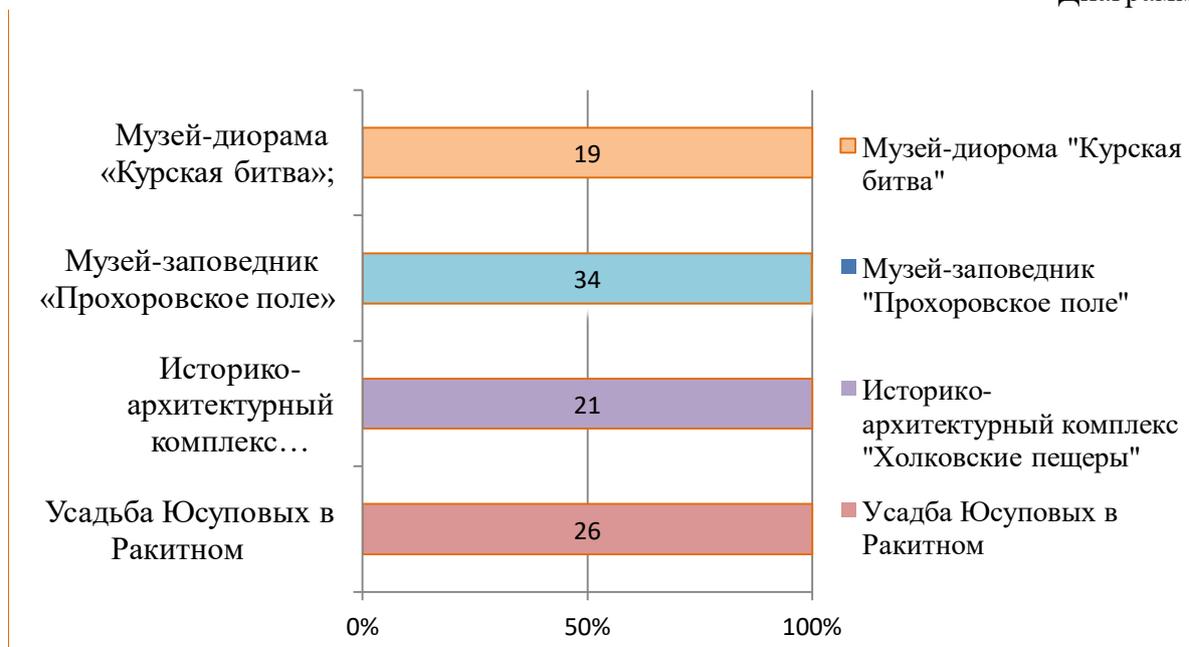
Следующий вопрос позволяет нам сделать анализ субъективного мнения туристов о востребованности туристических ресурсов Белгородской области и потенциальных возможностях для применения при создании познавательных туров выходного дня. Итак, большинству жителей Белгородской области было бы интересно посетить все значимые места Белгородской области и лучше узнать историю родного края (87%), 13-ти % опрошенных респондентов не интересно (диаграмма 7).

Выявление востребованности познавательных туров по Белгородской области (в %-м соотношении)



Анализируя восьмой вопрос, можно выявить какие туристические центры были бы интересны для посещения туристам, большинству опрошенных было бы интересно посетить Музей-заповедник «Прохоровское поле» (34%), также опрошенные проявили интерес к посещению усадьбы Юсуповых в Ракитном (26%), с небольшим отрывом Историко-архитектурный комплекс «Холковские пещеры» (21%), затем музей-диорама «Курская битва» (19%).

Диаграмма 8

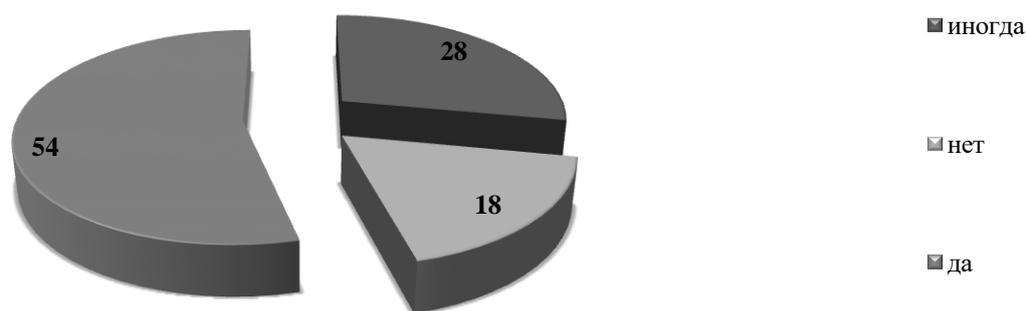


Исходя из ответов респондентов можно включить некоторые объекты при проектировании нового познавательного тура (диаграмма 8).

Проанализировав ответы на девятый вопрос, можно сделать вывод о том, что туристы достаточно часто пользуются услугами туристических предприятий (54 человека), 28 человек иногда пользуется туристическими услугами и не пользуются услугами туристических фирм 18 человек. Это может говорить о том, что туристы все ещё нуждаются в услугах туристического предприятия и неспособны достаточно ярко и креативно разработать для себя программу путешествий (диаграмма 9).

Диаграмма 9

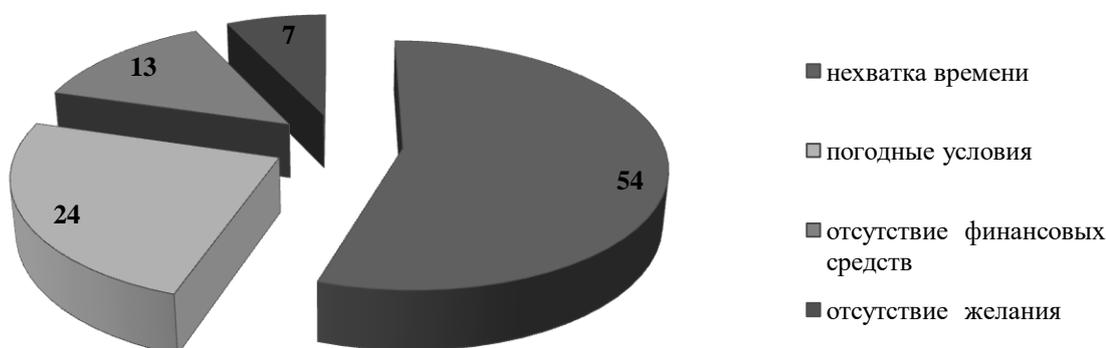
**Востребованность клиентов в туристическом предприятии
(в %-м соотношении)**



Исходя из этого услуги туристических предприятий достаточно востребованы среди большинства туристов Белгородской области. Десятый вопрос о факторах, влияющих на путешествия туристов позволяет нам понять какие вопросы в разработке нового тура необходимо доработать. 54% опрошенных респондента отметили такой пункт, как «нехватка времени». Ответы на данный вопрос подтверждают факт того, что многие туристы не могут себе позволить часто путешествовать в силу трудовой занятости, поэтому разработка нового тура выходного дня будет отличным решением для данного вида туриста.

Ответ «погодные условия» был отмечен 24%-ми респондентов, тур можно насытить посещениями в музеи, в мастерские, музыкальными мероприятиями, на что не повлияют неблагоприятные погодные условия и не испортят настроение туристу. Нехватка финансовых средств является важным тормозящим фактором посещения экскурсий. Так, 13% опрошенных, высказали пожелание – сделать тур максимально доступным для любого туриста, при этом сохранить все развлечения. Нет желания у 7% (диаграмма 10).

**Факторы, влияющие на путешествия туристов
(в %-м соотношении)**

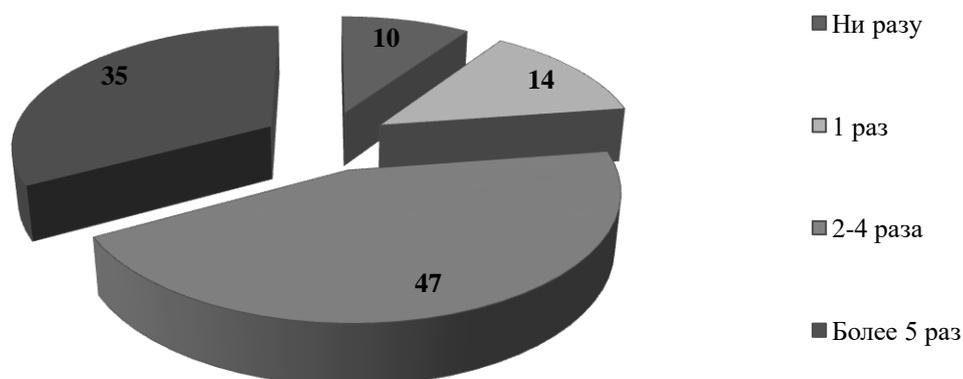


Таким образом, данный вопрос позволяет выявить любую категорию туриста и подстроиться под его потребности, так как главной целью создания туристического продукта является удовлетворение потребностей туристов в отдыхе и путешествиях на основе их интереса и потребностей. В процессе формирования туристского продукта должны быть максимально учтены пожелания туристов. Только тогда можно рассчитывать на интерес к этому продукту и его востребованность.

Анализ полученных данных выявил, что 90% уже когда-либо совершали путешествия в познавательных целях по области и хотели бы снова повторить и изучить другие места, и 10% – ни разу не ездили с такими целями.

Диаграмма 11

**кол-во совершаемых путешествий в познавательных целях
(в %-м соотношении)**

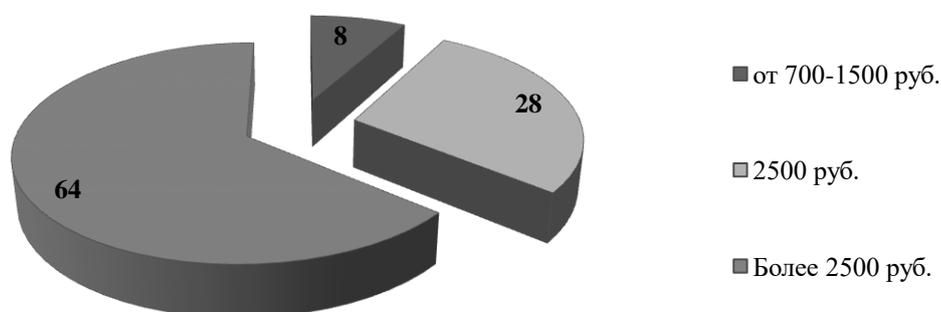


Таким образом, познавательный туризм в Белгородской области достаточно популярное направление (диаграмма 11).

64% респондентов готовы потратить на путешествие более 2500 рублей, 28% респондента готовы потратить до 2500 рублей, остальные респонденты готовы потратить на путешествие от 700 до 1500 рублей.

Диаграмма 12

Средства, которые готовы потратить клиенты на приобретение тура (в %-м соотношении)



Таким образом, самой оптимальной ценой на путешествие является от 300 от 2500 и более рублей (таблица 1).

Таблица 1

Гендерные характеристики участников опроса

Пол	Кол-во человек	Процентное соотношение
Женский	57	57
Мужской	43	43

Проанализировав тринадцатый вопрос, мы выявили, что в числе респондентов на период анкетирования больше всего было женщин (57 чел.), чем мужчин (43 чел.) (таблица 2).

Таблица 2

Возрастные характеристики участников опроса

Возраст	Кол-во человек	Процентное соотношение
До 24 лет	8	8
От 24 до 35 лет	67	67
От 36 до 45 лет	25	25

Анализ полученных данных выявил, что 90% уже когда-либо совершали путешествия в познавательных целях по области и хотели бы снова повторить и изучить другие места, и 10% – ни разу не ездили с такими целями (таблица 3).

Род занятий респондента

Предприниматель	8
Руководитель	13
Домохозяйки	7
Служащий	18
Студент	25
Другое	29

Анализ ответа на пятнадцатый вопрос помогает выявить личность респондента и зависимость его ответов от рода занятий. Таким образом, помогая разнообразить программу тура и сделать максимально интересной для всех участников.

Проведенное анкетирование позволило не только оценить востребованность познавательных туров выходного дня среди населения, но и выявить причины, снижающие количество приобретений этих туристических продуктов. Расширение перечня познавательных туров, введение дополнительных компонентов в программы (анимационные программы), приведение в соответствие цены и качества туристского продукта будут способствовать активизации интереса всех сегментов туристов к одному из главных видов туризма – познавательному туризму.

Список литературы

1. Гененко, О. Н. Развитие регионального туризма в современном этапе (на примере Шебекинского района Белгородской области) / О. Н. Гененко, Е. В. Мирошниченко, С. А. Ряднова // Системное развитие индустрии туризма и сервиса: научный и методический подход : матер. Междун. науч.-практ. и науч.-метод. конф. (Белгород, 05 апреля 2019 года). – Белгород, 2019. – С. 105-112.
2. Мирошниченко, Е. В. Исследование состояния усадеб как уникальных объектов туризма (на примере курской области) / Е. В. Мирошниченко // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики : сборник докл. Всерос. (с междун. участием) науч.-практ. конф. (Белгород, 12 февраля 2020 года). – Белгород, 2020. – С. 347-351.

ВНУТРЕННИЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.В. Мирошниченко, О.Н. Гененко

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: mev-el@ya.ru

e-mail: oks_genenko@mail.ru

Аннотация. В статье обоснован потенциал внутренних туристических ресурсов и условия его активизации в аспекте развития экскурсионной деятельности. Проектирование новых туров позволит расширить перечень экскурсионных программ для туристов, освоить дополнительные туристические факторы и ресурсы. Авторы приходят к выводу о том, что для грамотной организации и продвижения экскурсионных туров для

отдельных групп потребителей, необходимо помнить об общих особенностях нового типа потребителя, который сформировался в последние годы на российском рынке, которого отличают высокий уровень информированности, высокая требовательность к комфорту и качеству услуг.

Ключевые слова: экскурсионная деятельность, экскурсия, туристические ресурсы, тур, внутренний туризм.

DOMESTIC TOURISM RESOURCES AS A FACTOR IN THE ACTIVATION OF SIGHTSEEING ACTIVITIES

E.V. Miroshnichenko, O.N. Genenko
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: mev-el@ya.ru
e-mail: oks_genenko@mail.ru

Abstract. The article substantiates the potential of domestic tourism resources and the conditions for its activation in the aspect of the development of excursion activities. The design of new tours will expand the list of excursion programs for tourists, develop additional tourist factors and resources. The authors conclude that for the competent organization and promotion of sightseeing tours for individual groups of consumers, it is necessary to remember the general features of a new type of consumer that has formed in recent years in the Russian market, which is characterized by a high level of awareness, high demands on comfort and quality of services.

Keywords: sightseeing activities, excursion, tourist resources, tour, domestic tourism.

На сегодняшний день туризм является наиболее прибыльной отраслью экономики, способствующей социальному и культурному развитию территорий, преодолению стереотипов относительно населения, проживающего в той или иной местности, и туристов, приезжающих на отдых из разных стран. Формирование туризма происходило на протяжении длительного периода времени. Туристские компании, впервые предложившие организацию и проведение экскурсионных поездок как вид бизнеса, начали функционировать в середине XIX столетия. В XX веке интенсивное формирование мирового хозяйства и международной торговли, появление новых средств транспорта – всё это способствовало активному росту рынка туристских услуг и созданию индустрии, занятой привлечением, размещением и обслуживанием туристов, которая развивалась и совершенствовалась вместе с развитием общества.

В настоящее время в индустрии туризма существует ряд проблем, которые не позволяют в полной мере реализовать имеющийся туристский потенциал регионов. В этой связи, считаем целесообразным акцентировать внимание на принципах и проблемах экскурсионного обслуживания на примере отдельно взятого субъекта федерации. Популяризация внутренних туристических ресурсов является одной из главных задач государственной политики в сфере туризма. Активизация экскурсионной деятельности способствует решению этой важной задачи. Сегодня туристические предприятия регионального значения предлагают достаточно широкий перечень экскурсионных программ, однако, ресурсный потенциал еще

недостаточно освоен, что требует разработки новых туристических экскурсионных проектов. Каждый регион имеет свои специфические туристические факторы, на основании которых могут быть сформированы интересные и познавательные экскурсионные маршруты.

При рассмотрении специфических свойств продаж различных типов экскурсионных туров целесообразно проанализировать не только их формальные параметры, но и всю технологическую цепочку с выделением субъектов и объектов продаж на каждом этапе, а также сегменты продаж. Это позволит, во-первых, более точно определить целевую аудиторию, во-вторых, выявить наиболее проблемные этапы.

Туристические предприятия сегодня предлагают широкий перечень экскурсионных программ различной тематики. По типу предлагаемых в Белгородской области экскурсионные туры делятся на следующие виды:

1. Исторические экскурсионные туры: экскурсионные туры по городам; экскурсионные туры по церквям и монастырям; экскурсионные туры по музеям, галереям, выставкам; экскурсионные туры по местам воинской славы.

2. Природные экскурсионные туры: экскурсионные туры по водоемам; экскурсионные туры по уникальным природным ландшафтам.

3. Сельские туры.

Показанные туры сформированы нами в три большие группы, которые содержат интересные программы для всех возрастов туристов. Как правило, все экскурсионные туры, предоставляемые по Белгородской области, проводятся в группе. Однако при желании возможна организация индивидуальных поездок. В таком случае, гид будет работать только с заказчиком такого тура. Для него будет разработана индивидуальная программа, позволяющая продлевать/сокращать пребывание в определенных точках маршрута, также гид ответит на все интересующие вопросы и подскажет, где выгоднее приобретать сувениры родственникам. Для грамотной организации и продвижения экскурсионных туров для отдельных групп потребителей, необходимо помнить об общих особенностях нового типа потребителя, который сформировался в последние годы на российском рынке и которого отличают такие психолого-поведенческие особенности, как высокий уровень информированности, высокая требовательность к комфорту и качеству услуг, индивидуализм. Знание и соблюдение основных принципов экскурсионного обслуживания позволит не только грамотно организовывать разнообразные туры для различных категорий потребителей, но и в целом создать востребованный, уникальный, конкурентоспособный турпродукт.

Проектирование новых туров в значительной степени способствует активизации внимания к внутренним туристическим ресурсам, популяризации объектов и культуры регионального значения. Так, например, экскурсионный маршрут разработан в рамках проекта рекреационной зоны «Городская набережная», берущего начало от р. Везелка в локации спорткомплекса Светланы Хоркиной. Заканчивается маршрут территорией Белгородского водохранилища на р. Северский Донец. Обусловливающим

фактором разработки тура послужило недостаточное внимание туристических предприятий к использованию водных туристических ресурсов, которыми богата область. Имеющиеся водные магистрали еще ее в полной мере задействованы в аспекте организации экскурсионной деятельности. В некоторой степени сдерживающим фактором является специальная подготовка сопровождающих при водных путешествиях, а также разработка специальной документации. Наличие спасательных средств и обеспечение ими при необходимости экскурсантов, также сказывается на активности разработки водных экскурсионных программ.

Предлагаемый маршрут имеет рекреационно-оздоровительную направленность и название «Вдоль водной глади». Маршрут отличается тем, что предусматривает использование естественных природных ресурсов. Исследования показали, что водные ресурсы Белгородской области не достаточно задействованы при разработке экскурсионных маршрутов.

В ходе предлагаемой экскурсии ее участники будут иметь возможность познакомиться с природой Белгородского края, ее водными богатствами. В рамках экскурсии одним из туристических объектов предполагается осмотр Белгородского водохранилища, которое является уникальным по своей красоте и функциональности. Учитывая особенности климатических сезонов на территории области, наиболее благоприятным периодом для реализации предлагаемого маршрута является время в период с мая по сентябрь. В этот период водоемы благоприятны для путешествий на водном транспорте. Речной путь в этот сезон считается минимально рискованным. По продолжительности предполагается путешествие по водному маршруту в течение девяти часов.

Расчет стоимости путешествия с предоставлением туристических услуг был проведен для группы в количестве десяти человек, плюс сопровождающий-экскурсовод. Предлагаемый маршрут водного тура выглядит следующим образом: г. Белгород – с. Соломино – п. Маслова Пристань – г. Белгород. Маршрут экскурсионной направленности предполагает осмотр объектов, следующих по пути его прохождения. Одним из важных объектов по пути следования экскурсионной группы является рекреационная зона ООО «Пикник-парк». Это благоустроенная территория с развитой инфраструктурой, которая находится на участке новой объездной дороги между пос. Разумное и с. Соломино. ООО «Пикник-парк» – долгосрочный проект, разрабатываемый холдингом ГК «Агро-Белогорье».

Большой популярности среди населения пользуются путешествия по территории области на велосипеде. Среди преимуществ вело путешествий можно отметить не только возможность удовлетворения познавательных потребностей и расширение кругозора в аспекте региональной культуры и природных богатств, но и совершенствование физической формы и улучшение психологического здоровья [Булгаков]. Экологичность и дешевизну вело путешествий тоже можно отнести к преимуществам такого вида туризма. Анализируя деятельность конкурентов на рынке туруслуг, удалось выяснить, что деятельность, по организации велотуризма, а также

экскурсий, организованных посредством передвижений на велосипедах, находится на стадии развития, так как ей занимаются только энтузиасты, спортивные клубы и Белгородский центр детского и юношеского туризма. Что касается предложений турфирм по программам в области велотуризма и вело экскурсионной деятельности, то удалось выяснить, что их крайне мало. Следовательно, уровень конкуренции в этом сегменте туризма достаточно низкий. Для организации велосипедных экскурсионных программ в Белгородской области имеется соответствующая инфраструктура, которая наиболее часто используется любителями велосипедного спорта и недостаточно задействована туристскими предприятиями для организации вело путешествий и экскурсий по интересным культурно-историческим местам и природным объектам территории края.

Организация экскурсий в развитые промышленные центры Белгородской области, такие как Старый Оскол во многом способствует не только экономическому процветанию территории. Но и популяризации историко-культурных ресурсов на федеральном и мировом уровнях.

Еще одной недостаточно освоенной региональной туристической нишей является промышленный туризм. Этот вид востребован не только как возможность ознакомления с производственной сферой региона, но и как эффективный способ профессиональной ориентации для молодёжи. Промышленный туризм способствует созданию эффективной системы профориентации для школьников и студентов, организации обучающих семинаров и мастер-классов по различным видам профессиональной деятельности [2, с. 164].

На сегодняшний день разработаны интересные маршруты и экскурсионные программы на такие предприятия, как Лебединский ГОК, Сыроварня «Борисовский сыр», Яковлеский ГОК и другие. Частичную апробацию прошли экскурсионные программы на промышленные предприятия Старооскольского городского округа (Оскольский электрометаллургический комбинат). Открыты экскурсионные маршруты и познавательно-популяризирующие экскурсии в агропромышленный комплекс «Зелёная долина» и сыроварня «Славный сыровар» (Корочанский район). Разработанные экскурсии на вышеуказанные промышленные объекты являются начальным этапом в развитии регионального промышленного туризма. Сегодня необходима активизация партнерских связей региональных туристических предприятий и предпринимательских инициатив в целях развития промышленного туризма на территории Белгородской области.

Активизации внимания к культурно-познавательным экскурсионным программам способствует туристская анимация. Анимационные программы набирают широкую востребованность и популярность у современных туристов и активизируют различные туристические программы.

В настоящее время страны, регионы, города, территории находятся в жесткой конкурентной борьбе друг с другом за привлечение туристов, инвесторов, потребителей. В таких условиях на первый план выдвигаются

такие понятия как маркетинг, брэндинг, имидж территории, позволяющие определить их уровень инвестиционной и туристической привлекательности [2, с. 167]. В концептуальном плане деловой стратегии любой экскурсионной фирмы должен находиться, прежде всего, интерес к той или иной экскурсии. Концепция признает успех лишь тогда, когда экскурсант или туроператор, включающий в разработанный тур плановые экскурсии, удовлетворены результатами деятельности данной экскурсионной фирмы (компании), то есть экскурсией как продуктом ее труда, и готовы продолжить начатые с ней взаимоотношения. Таким образом, удовлетворение интересов клиентов является экономическим и социальным обоснованием существования экскурсионной фирмы. Анализ рыночной деятельности экскурсионных фирм показывает, что ряд направлений и функций маркетинга, несмотря на некоторые различия, является общими. К ним относится, в обязательном порядке, ориентация экскурсионной фирмы, прежде всего, на конъюнктуру рынка, а затем уже максимальное приспособление разрабатываемых тематик отдельных видов экскурсий к неудовлетворенным и потенциальным интересам экскурсантов. Безусловно, в процессе продвижения туров должен быть задействован весь перечень средств маркетинговых коммуникаций, что позволит охватить большее количество потенциальных туристов.

Информационное поле туристской деятельности, наполненное содержательным контентом, можно рассматривать как важный фактор успешного продвижения новых экскурсионных программ и маршрутов на территории отдельно взятого региона.

Накопленный опыт свидетельствует о том, что процесс маркетинга включает в себя ряд действий, которые могут быть сведены к двум основным функциям:

- 1) формирование спроса на экскурсионные услуги (экскурсии);
- 2) удовлетворение интересов потенциальных клиентов: экскурсантов (непосредственных покупателей услуги), экскурсагентов (посредников), а также туроператоров, включающих в состав своих туров плановые экскурсии.

В заключение отметим, что для грамотной организации и продвижения экскурсионных туров для отдельных групп потребителей, необходимо помнить об общих особенностях нового типа потребителя, который сформировался в последние годы на российском рынке и которого отличают такие психолого-поведенческие особенности, как высокий уровень информированности, высокая требовательность к комфорту и качеству услуг, индивидуализм. Знание и соблюдение всех норм и правил организации экскурсии, позволит не только грамотно организовывать разнообразные туры для различных категорий потребителей, но и в целом создать востребованный, уникальный, конкурентоспособный турпродукт.

Россия – самая большая по площади страна, границы которой содержат в себе множество отличающихся между собой природных зон. Каждый субъект нашей страны владеет уникальным потенциалом и развитой инфраструктурой и супраструктурой, что позволяет организовывать и

предоставлять туристические услуги на этих территориях. Белгородская область также имеет множество необходимых условий и богатый ресурсный потенциал для стабильного развития и беспрепятственной реализации разнообразных видов туризма и экскурсионной деятельности, что является не только важным фактором развития внутреннего регионального туризма, но и способом популяризации территории и привлечения инвестиций.

Список литературы

1. Булгаков, А. А. Велосипедный туризм : монография / А. А. Булгаков, Е. М. Бухвальд, М. Г. Гаврилов и др. – Москва : Ключ, 2009. – 598 с.
2. Гененко, О. Н. Проблемы и перспективы развития промышленного туризма в России / О. Н. Гененко, Е. В. Мирошниченко // Актуальные проблемы развития туризма : матер. Междун. науч.-практ. конф. / [под ред. С. В. Дусенко, Н. Л. Авиловой]. – Москва, 2021. – С. 163-169.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Н.В. Новикова

Белгородский механико-технологический колледж

e-mail: nnata1970@mail.ru

Аннотация. Представлены аргументы, обосновывающие необходимость развития образовательного туризма в Российской Федерации. Определен потенциал России в развитии образовательных туров. Рассмотрены основные возможности образовательного туризма. Проанализированы основные проблемы, сдерживающие развитие образовательных туров. Выявлены причины популярности образовательных путешествий. Выделены необходимые условия для развития образовательного туризма в регионах России.

Ключевые слова: образовательный туризм, перспективы развития образовательных туров, популярность образовательных туров, необходимые условия для развития образовательного туризма.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL TOURISM IN MODERN CONDITIONS

N.V. Novikova

Belgorod College of Mechanics and Technology

e-mail: nnata1970@mail.ru

Abstract. The arguments substantiating the need for the development of educational tourism in the Russian Federation are presented. The potential of Russia in the development of educational tours has been determined. The main possibilities of educational tourism are considered. The main problems hindering the development of educational tours are analyzed. The reasons for the popularity of educational travel are revealed. The necessary conditions for the development of educational tourism in the regions of Russia are highlighted.

Keywords: educational tourism, prospects for the development of educational tours, popularity of educational tours, necessary conditions for the development of educational tourism.

Образовательный туризм, представляющий собой совмещение путешествий и учебы, является одной из самых динамично развивающихся областей туризма в настоящее время. Внутренний туризм, включающий поездки по России, также набирает обороты, привлекая как молодежь, так и взрослое население. В данной статье мы рассмотрим перспективы развития образовательного туризма в современных условиях и его влияние на внутренний туризм в России.

Образовательный туризм играет важную роль в современном мире, обогащая учебный процесс и обеспечивая учащимся более глубокое понимание различных аспектов культуры, истории и географии. Рассмотрим несколько основных причин, почему образовательный туризм важен для современного образования.

Во-первых, путешествия и экскурсии предоставляют учащимся уникальную возможность изучать историю и культуру на практике. Посещение исторически значимых мест, музеев, археологических памятников и других объектов позволяет студентам увидеть и почувствовать историю на собственном опыте, а не только изучать ее из книг и лекций. Такой подход способствует глубокому усвоению материала и формированию комплексного взгляда на прошлое.

Во-вторых, образовательный туризм способствует развитию межкультурного понимания и толерантности. Общение с представителями других культур, знакомство с их традициями и обычаями позволяет учащимся расширить свой кругозор и научиться уважать и ценить разнообразие культурного наследия. Это особенно важно в условиях современного глобализированного мира, где межкультурное взаимодействие становится все более значимым аспектом общественной жизни.

Кроме того, образовательный туризм способствует развитию социальных навыков и личностной зрелости учащихся. Путешествия позволяют им выйти за пределы привычной обстановки, столкнуться с новыми ситуациями и преодолеть различные трудности самостоятельно. Это помогает им стать более открытыми, самостоятельными и способными к адаптации в различных социальных и культурных условиях.

Таким образом, образовательный туризм имеет множество преимуществ для современного образования. Поэтому важно поощрять и поддерживать такие формы образования, которые способствуют развитию образовательного туризма.

Современные люди всё больше стремятся к саморазвитию и самообразованию. Образовательный туризм позволяет объединить путешествия с получением новых знаний и навыков. Люди ищут впечатления, которые развивают их мышление, расширяют кругозор и открывают новые горизонты.

Так какие же перспективы у образовательного туризма, как одного из видов внутреннего туризма России?

Российские учебные заведения, такие как вузы и языковые школы, всё чаще привлекают иностранных учеников. Это создает отличную

возможность для развития образовательного туризма внутри страны. Россия, являясь одной из крупнейших стран по территории и имея богатое историческое, культурное и природное наследие, может предложить уникальные образовательные программы и возможности для иностранных студентов.

Развитие туристической инфраструктуры является важным фактором для развития образовательного туризма. Строительство учебных центров, общежитий и кампусов позволяет создать комфортные условия для пребывания студентов и туристов. Российские города и регионы активно работают над развитием туристической инфраструктуры, включая строительство новых гостиниц, ресторанов, музеев и других объектов, способствующих комфортному и интересному пребыванию туристов.

Развитие образовательного туризма в России предлагает ряд преимуществ и выгод, как для страны, так и для местных жителей. Рассмотрим некоторые из них:

1. Экономическое развитие.

Образовательный туризм способствует экономическому развитию регионов и страны в целом. Приезд иностранных студентов и туристов в Россию приводит к увеличению потока денежных средств в экономику. Туристы тратят деньги на проживание, питание, транспорт, экскурсии и другие услуги, что стимулирует развитие различных секторов экономики, таких как гостиничный, ресторанный, транспортный и туристический.

2. Повышение уровня образования.

Развитие образовательного туризма в России способствует повышению уровня образования в стране. Погружение иностранных студентов в российскую образовательную среду способствует обмену знаниями, опытом и идеями. Это создает благоприятную среду для развития культурного и академического взаимодействия между местными и иностранными студентами, что, в свою очередь, способствует повышению качества образования и развитию международного сотрудничества.

3. Продвижение российской культуры и истории.

Образовательный туризм является эффективным инструментом для продвижения российской культуры, истории и традиций. Посетители из других стран имеют возможность узнать больше о богатом культурном наследии России, познакомиться с историческими достопримечательностями и насладиться искусством и культурными мероприятиями. Это способствует привлечению большего числа туристов и созданию позитивного образа России в международной образовательной среде.

Развитие образовательного туризма в России имеет большой потенциал для дальнейшего роста и развития. Некоторые перспективы включают:

1. Расширение образовательных программ и курсов.

Российские учреждения образования могут продолжать разрабатывать и предлагать новые и инновационные образовательные программы и курсы для иностранных студентов. Это может включать различные образовательные направления, такие как наука, технологии, искусство,

культура и язык. Такое разнообразие программ будет привлекательным для студентов из разных стран, и способствует развитию образовательного туризма.

2. Улучшение качества услуг и условий проживания.

Для привлечения большего числа иностранных студентов, необходимо постоянно совершенствовать качество образовательных услуг и условия проживания. Российские учреждения образования должны делать акцент на инфраструктурные улучшения, развитие современных учебных методик, а также обеспечение комфортного и безопасного проживания для студентов.

3. Маркетинг и продвижение.

Необходимо усилить маркетинговые усилия для продвижения образовательного туризма в России. Расширение информационных каналов и партнерских отношений со странами иностранного туристического рынка поможет привлечь больше студентов и туристов в страну. Активное использование интернета, социальных сетей и специализированных платформ также поможет донести преимущества образовательного туризма в России до потенциальных клиентов.

4. Сотрудничество с зарубежными партнерами.

Российские учебные заведения могут развивать сотрудничество с зарубежными университетами, школами и организациями для организации совместных образовательных программ и обмена студентами. Такое партнерство поможет привлечь больше иностранных студентов в Россию и расширить международное сотрудничество в области образования.

Образовательный туризм предоставляет возможность объединить интеллектуальное развитие и увлекательные путешествия. Россия, благодаря своему культурному наследию и образовательной системе, имеет огромный потенциал для развития этого вида туризма. Несмотря на финансовые ограничения и другие вызовы, важно продолжать развивать образовательный туризм, чтобы дать возможность людям расширить свои знания и пережить незабываемые приключения. Поэтому государственная поддержка и инвестиции в образовательный туризм будут способствовать его дальнейшему росту и привлечению как иностранных, так и внутренних туристов.

Развитие образовательного туризма в России является важным фактором, способствующим развитию экономики, сферы образования и продвижению российской культуры в мире. Правильное внедрение и развитие образовательного туризма требует совместных усилий государства, образовательных учреждений и туристического сообщества. С учетом вышеуказанных перспектив, Россия может стать одним из ведущих мировых центров образовательного туризма.

Будущее образовательного туризма в России зависит от нас, и наша задача – создать условия для его процветания. Таким образом, чем больше возможностей для обучения и путешествий мы предоставляем, тем больше людей сможет осуществить свои мечты и вдохновиться на новые идеи. Путешествия и образование – это ключи к развитию и прогрессу.

Список литературы

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы. – URL: <http://base.garant.ru/70643472> (дата обращения: 12.12.2023).
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие транспортной системы» на 2013–2020 годы. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/499091761> (дата обращения: 17.12.2023).
3. Административное право : учебник / под ред. Л. Л. Попова, М. С. Студеникиной. – Москва : Норма, 2010. – 992 с.
4. Мероприятия по улучшению образа России за рубежом. – URL: <http://www.ruvek.info/?module=news&action=view&id=10548> (дата обращения: 12.12.2023).
5. Охрана памятников культуры. – URL: <http://ohrangos.ru/ohranapamyatnikov.html> (дата обращения: 21.12.2023).
6. Формирование благоприятного инвестиционного климата. – URL: <http://finance-credit.biz/investitsii/formirovanie-blagopriyatnogo-investitsionnogo.html> (дата обращения: 25.12.2023).

МУЗЕИ ГОРОДА БЕЛГОРОДА КАК ОБЪЕКТЫ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Е.А. Пендюрин

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: Pendyrinea@yandex.ru

Аннотация. Путешествие является отличным способом погружения в культурные и исторические достопримечательности регионе. Большая роль в туристическом отдыхе отводится музеям как важным объектам культурно туристических путешествий. В публикации описан вопрос современного состояния музеев города как объектов индустрии туризма. Музеи как объекты индустрии туризма характеризуются наибольшей привлекательностью и количеством отдыхающих в городе.

Ключевые слова: музейный туризм, путешествия, экскурсии, город Белгород.

MUSEUMS OF BELGOROD AS OBJECTS OF THE TOURISM INDUSTRY

E.A. Pendyurin

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: Pendyrinea@yandex.ru

Abstract. Travel is a great way to immerse yourself in the cultural and historical sights of the region. Museums play a big role in tourist recreation as important objects of cultural and tourist travel. The publication describes the issue of the current state of the city's museums as objects of the tourism industry. Museums as objects of the tourism industry are characterized by the greatest attractiveness and the number of tourists in the city.

Keywords: museum tourism, travel, excursions, the city of Belgorod.

Туризм – это отличный способ погрузиться в культурные и исторические достопримечательности, он является составляющей отдыха, путешествий или экскурсий отдыхающих на планете. Современные туристические путешествия сконцентрированы на знакомстве с другими

народами и их культурами. В настоящее время набирает обороты интерес людей в познавательном аспекте по различным направлениям. Повышению интеллектуального уровня, в современном мире отводится музеям, так как, ведущая роль среди основных видов путешествий отводится музейному туризму, который основан на использовании культурного и рекреационного потенциала музеев. Памятники естественной истории, материальной и духовной культуры мира в настоящее время проживают существенные перемены общепринятых форм работы, и все больше благоприятно настроены на отдыхающих туристов. Современный музейный путешественник становится более изысканным и требовательным и посещает достопримечательности с целью получения нового знания. Придя в музей, турист знакомится с культурно-историческими ценностями, даже если целью посещения была только лишь развлекательная программа [1, с. 74].

Организация отдыха в сочетании с изучением жизни, истории и культуры других народов играет важную роль в культурно-развлекательной сфере. Музейный отдых не являлся изначально традиционным направлением деятельности музеев, а лишь стал средством внутренней мобилизации и адаптации к условиям рыночных взаимодействий. Музей как объект туристического интереса предлагает и знакомит отдыхающего туриста с объективной формой средства общения, передачи информации, под которой понимается взаимодействие между отдыхающими туристами и предметами культуры и искусства.

Музей как учреждения культуры, где человек встречается не только с прекрасными произведениями искусства, но прежде всего с историей выполняет функции культурной памяти. Включаясь в систему прямой или косвенной, посреднической деятельности в сфере туризма, они выступают в качестве элемента индустрии туризма, обеспечивающие особенности взаимодействия населения региона. Культурно-историческая индустрия в современном мире это индустрия путешествий, она играет важную роль в культурных и международных отношениях. Путешествия предоставляют возможность путешественникам познакомиться с различными аспектами жизни, культуры, истории и обычаев других народов, что способствует увеличению взаимопонимания между нациями. Развитие культурных факторов региона также является средством привлечения туристов из разных стран, что в свою очередь способствует развитию экономики и обогащению культурного наследия.

Знакомство с культурно-историческим наследием местности считается ключевым фактором, стимулирующим туристический интерес. Поэтому культурно-исторический потенциал играет важную роль в формировании позитивного имиджа города и привлечении туристов [3, с. 10].

Развитие культурного наследия позволяет городу расширить свои культурные и исторические ресурсы и улучшить туристическую политику. Таким образом, развитие музейного туризма в городах играет важную роль в развитии туристической индустрии в целом, а также способствует

сохранению и продвижению культурного наследия, и международному сотрудничеству.

Музеи как научно-исследовательские и культурно-просветительские учреждения становятся активным участником индустрии производства культурных продуктов, преодоление ограниченности привычных видов экспозиционной работы, возрождение идеи «живого музея»; умножение сервисных аспектов работы музея; виртуализация музейного пространства; диверсификация целей и задач работы музеев, и, как следствие, – построение системы управления аудиторией, внедрение в музейную практику системы стратегического планирования.

Важно поддерживать и развивать культурные достопримечательности городов, чтобы привлекать туристов со всего мира и способствовать экономическому и культурному развитию городов. Города играют ключевую роль в формировании туристического рынка благодаря своему культурному наследию, которое привлекает множество отдыхающих. Культурно-исторические объекты, такие как памятники истории и культуры, являются основным привлекательным элементом для туристов и способствуют получению новых знаний и впечатлений.

Современный Белгород это крупный город регионального значения расположен на юге средней полосы европейской части России с отлично развитой инфраструктурой расположенный по дороге из Москвы в Крым. Территория административного областного центра комфортно разместилась на живописных холмах, изрезанных ветвистыми балками оврагами, на левой и правой стороне реки Северский Донец. Областной город, имеет выгодное географическое положение с отличным культурно-историческим потенциалом. Современный Белгород – это чистый и благоустроенный город, который неоднократно занимал первые места как самый благоустроенный город России. Умеренно-континентальные погодные условия города с прохладной зимой, относительно быстрой весной в апреле, хорошим летом с мая по сентябрь и красивой теплой осенью благоприятно сказывается на развитии туристической отрасли.

Богатство и разнообразие достопримечательностей областного административного центра удивляют туристов. Город обладает интересной историей, которая отражена в большом количестве памятников и исторических мест.

Музей «Белгородская крепость», посвященный истории города и его роли в обороне границ России, он располагается на площадке у памятника археологии XVII сохранившегося участка земельного вала и городка Белгородской черты. Для туристов воссозданы образцы оборонительных сооружений того времени которые позволяют посетителя почувствовать себя защитником крепости того времени.

Музей диорама «Курская битва», отражает одно из ключевых сражений Великой Отечественной войны Этот музей посвящён Прохоровскому танковому сражению. Экспозиция «На земле опаленной» представлена в

двух залах музея диорама. «Прохоровское танковое сражение» на данный момент является самой крупной диорамой в России и Европе [2, с. 404].

Контактный музей средневекового военного дела является не обычным музеем города, главная его особенность заключается в том, что все предметы музея можно трогать и примерять в экспозиции музея предметы, одежда, вооружения средневековья.

В Белгородском художественном музее каждая деталь, каждый элемент представляют произведением искусства. Даже само здание, в котором размещены коллекции, является великолепным образцом Белгородского модерна. Коллекции музея в основном большая часть работы местных художников.

Историко-краеведческий музей знакомит туристов путешественников с историей Белгородского региона, начиная с древних времен до современности. Наиболее известными и уникальными золотых и серебряных находки из местных скифских курганов периода салтово-маяцкой и скифской культуры. В музее можно познакомиться с культурой и бытом коренного населения, выдающимися уроженцах города. Можно увидеть большую коллекцию оружия, мебели, традиционных народных костюмов, домашней утвари, денежных знаков.

Галерея фотоискусства имени В.А. Собровина – это площадка для продвижения современной художественной фотографии, презентации фотографических коллекций, принадлежащим как государственным центрам и музеям фотографии, так и частным лицам. В центре внимания фотогалереи последовательная работа по изучению и пропаганде творческого наследия белгородских фотохудожников, а также поддержка молодых талантливых фотографов.

Белгородский литературный музей в своих залах экспонирует выставки, посвящённые писателям и событиям, связанным с их жизнью и творчеством, а также литературным произведениям, в литературном музее проходят литературные вечера и встречи где туристы могут окунуться в особенную атмосферу литературного искусства.

Белгородский государственный музей народной культуры познакомит туристов с предметами традиционной культуры края. Собрание уникальных экспонатов является сегодня не только достоянием музея, но и весомой частью богатого культурного наследия нашей большой страны.

Город активно развивает культурную сферу, проводит много мероприятий и фестивалей, привлекая туристов и жителей. Благодаря своему географическому положению, культурному наследию и разнообразным достопримечательностям, Белгород представляет собой интересное место для туристов и любителей истории. Музеи города играют важную роль в распространении интеллектуального культурного и рекреационного уровня в современном мире их рассматривают как объекты индустрии туризма, они охватывают все сферы общества, включая культуру, историю и социальную жизнь.

Список литературы

1. Гаврилова, С. А. Инновации в туризме. Культурно-образовательная среда: современные тенденции и перспективы исследований. / С. А. Гаврилова, О. Н. Гененко // Культурно-образовательная среда: современные тенденции и перспективы исследований : сборник материалов V Международной научно-практической конференции / отв. редакторы В. И. Коваленко, К. Н. Лобанов, О. А. Соколова, В. С. Зинченко. – Белгород, 2023. – С. 74-79.
2. Пендюрин, Е. А. Культурно-исторический туризм в городе Белгороде / Е. А. Пендюрин, С. А. Ряднова // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры : материалы I Международной научно-практической конференции. – Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева, 2019. – С. 403-406.
3. Харьковская, Е. В. Технологии и организация экскурсионных услуг / Е. В. Харьковская // Свидетельство о регистрации базы данных RU 2015620869, 03.06.2015. Заявка № 2015620385 от 16.04.2015.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ФИРМЫ НИЖНЕГО ТАГИЛА, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИЕСЯ НА ОРГАНИЗАЦИИ АКТИВНОГО ОТДЫХА

Л.В. Подсарайнова

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт
(филиал Российского государственного
профессионально-педагогического университета)
e-mail: lidia.podsarainova@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются туристические фирмы Нижнего Тагила, специализирующиеся на организации активного отдыха. Активный туризм является одним из трех приоритетных направлений развития туристической сферы Свердловской области до 2035 года. Туризм – один из эффективных способов развития региона, отдыха и просвещения людей. В статье рассматривается рынок туристических фирм Нижнего Тагила, проводится анализ их деятельности. Выделены общие сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. На основе SWOT-анализов сделаны выводы и предложены рекомендации по развитию компаний.

Ключевые слова: туризм, активный туризм, туристическая фирма, активный отдых, природо-охранная территория.

TRAVEL COMPANIES IN NIZHNY TAGIL SPECIALIZING IN ORGANIZING ACTIVE RECREATION

L. V. Podsarainova

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute
(branch of the Russian State Vocational Pedagogical University)
e-mail: lidia.podsarainova@gmail.com

Abstract. The article discusses travel companies in Nizhny Tagil, specializing in organizing active recreation. Active tourism is one of the three priority areas for the development of the tourism sector of the Sverdlovsk region until 2035. Tourism is one of the effective ways to develop the region, relax and educate people. The article examines the market of travel companies in Nizhny Tagil and analyzes their activities. Common strengths and weaknesses, as

well as opportunities and threats, are highlighted. Based on the SWOT analysis, conclusions are drawn and recommendations for the development of companies are proposed.

Keywords: tourism, active tourism, travel agency, active recreation, nature conservation area.

Туризм – один из эффективных способов развития региона, отдыха и просвещения людей. Для каждого региона характерны свои виды туризма, однако следует выделить основные: деловой, культурно-познавательный, рекреационный, экологический, активный, образовательный, лечебный и другие. Туризм в контексте конкретного региона или государства называется внутренним. Изучению туристической сферы посвящено достаточно много работ, однако нет ни одной, раскрывающей деятельность организаций Нижнего Тагила, специализирующихся на активном отдыхе. Специфику развития активного туризма в своих работах рассматривали: В.Ф. Буйленко [1], Г.В. Мерзлякова, Л.В. Баталова, Т.И. Оконникова [8]; В.Н. Вуколов [2], А.Н. Кугушева [7], И.Ю. Харламова [12], Ю.Н. Огурцовой [9], Н.Л. Теренина [12] и другие.

Активными называют виды туристских путешествий, которые характеризуются способами передвижения по маршруту с затратами собственных физических усилий туриста. К активному туризму относится большинство видов спортивных туристских путешествий: пеших, лыжных, горных, водных (с применением безмоторных судов), велосипедных и других, или их комбинации на различных участках маршрута.

Безусловно, Свердловская область не является исключением и активно развивает свою туристическую сферу. Целью данной работы является изучение рынка туристических фирм Нижнего Тагила, специализирующихся на активном отдыхе. Правительство Свердловской области, совместно с Министерством инвестиций и развития в 2018 году утвердили Концепцию Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года [6]. В ней выделяют три ключевых направления развития внутреннего туризма – деловой, культурно-познавательный и активный. Не стоит забывать о промышленной сфере региона, влияющей на его развитие. Так, «особенный интерес для туристов представляют такие подвиды как промышленный и минералогический виды туризма, связанные с посещением памятников горнозаводского наследия Урала, производственных объектов, а также объектов, интересных для любителей минералогии» [6].

Менее развитым из трех ключевых направлений является активный туризм. Это не только горнолыжные комплексы и спортивные объекты региона, но и природо-охранные территории, к которым относятся природные парки «Река Чусовая», «Оленьи Ручьи», «Бажовские места», национальный парк «Припышминские боры», Висимский заповедник и заповедник «Денежкин камень», а также реки Чусовая, Серга, Реж и Уфа.

Активный туризм всегда более рискован, чем другие виды, например музейный. Походы в горы, сплавы, катание на снегоходах – всё это предполагает наличие у туриста физической подготовки, соблюдения техники

безопасности и специализированного снаряжения. Поэтому путешественники обращаются в турфирмы, предоставляющие данные услуги.

Нижний Тагил – крупный промышленный центр Урала, привлекающий к себе туристов со всего мира. «Недостаточное количество туристских продуктов мирового или российского уровня за пределами города Екатеринбурга» [6], как слабая сторона развития внутреннего туризма региона, здесь видна очень ярко. На конец 2023 года, в Нижнем Тагиле существует всего 4 туристические компании, специализирующиеся на активном отдыхе. Однако, многие предоставляемые ими продукты схожи. Рассмотрим каждую организацию по отдельности. Для корректного проведения исследования были разработаны критерии сравнения:

- Время существования и общие сведения.
- Сферы деятельности компании.
- Деятельность фирмы, направленная на развитие внутреннего туризма региона.
- Деятельность фирмы вне Свердловской области.
- На каком сегменте рынка находится (ценовая категория предлагаемых продуктов).
- Доступность и наглядность информации сайта.

По итогам проведенного сравнения деятельности компаний составлен SWOT – анализ, наглядно демонстрирующий сильные и слабые стороны, возможности и угрозы туристических фирм Нижнего Тагила, специализирующихся на организации активного отдыха.

Студия экстремальных программ и путешествий «Мир Приключений» внесена в единый государственный реестр юридических лиц 18 июня 2010 года. Компания развивается в сфере активного туризма не только Свердловской области, но и за её пределами. Под руководством опытных инструкторов и самого директора – Николая Николаевича Евлашина, проводятся: сплавы, программы выходного дня для школьников, корпоративные мероприятия, экскурсии, туры на снегоходах, автобусные туры и авиаэкскурсионные туры [10].

Рассматривая деятельность фирмы, направленную на развитие активного туризма внутри региона можно выделить несколько сфер деятельности.

1. Сплавы по реке Чусовая, проходят в природном парке «Река Чусовая» и длятся от 1 до 7 дней.
2. Школьные программы и тимбилдинги проходят вблизи Нижнего Тагила, что делает их более удобными и доступными для посещения даже самыми маленькими туристами. Сейчас действуют программы: «Голубые озера», «Муринские пруды», «Медведь-камень», «Голый камень».
3. Экскурсии делятся на летние и зимние. Летние экскурсии проходят по экологической тропе до деревни Баронская, есть вариант со сплавом. А зимняя экскурсия рассказывает о истории реки Чусовая и показывает ее в красоте зимы Урала. Также зимой проходят снегоходные туры от 1 до 3 дней.

Вне своего родного региона компания также развивается активно, предлагая туристам самые популярные направления, внося в каждое свою индивидуальность.

Самой значимой сферой деятельности «Мира приключений» летом являются сплавы. Однако, кроме Чусовой заинтересованные туристы могут посетить интересные и насыщенные сплавы по реке Вишера, находящейся в Пермском крае и по реке Ай, протекающей на территории Челябинской области и Башкортостана, оба маршрута рассчитаны на 3 дня. Зимой есть возможность узнать больше о загадочной истории дятловцев и посетить снегоходный тур на Перевал Дятлова.

Посетить наиболее популярные направления России – Дагестан и Байкал – можно на автобусных и авиаэкскурсиях.

SWOT – анализ деятельности компании «Мир Приключений»

	Сильные стороны:	Слабые стороны:
Внутренние	<ul style="list-style-type: none"> - разнообразие предлагаемых услуг, уникальность продуктов; - доступность и наглядность информации для клиента; - посещение природных парков и объектов культурного наследия; - возможность бронирования туров и оплаты онлайн; - наличие постоянной клиентской базы; - доступная цена. 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая конкуренция среди компаний внутри региона; - не достаточно туристических продуктов, предоставляемых в зимнее время; - нет туристических продуктов на иностранных языках для туристов из других стран.
	Возможности:	Угрозы:
Внешние	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение постоянной клиентской базы; - увеличение квалифицированного штата сотрудников со знанием иностранного языка; - улучшение качества обслуживания клиентов; - увеличение предлагаемых продуктов для зимы; - обеспечение ведущих позиций на рынке предоставляемых туристических услуг в регионе. 	<ul style="list-style-type: none"> - появление конкурентов из Нижнего Тагила или других городов более высокого уровня; - появление более привлекательных продуктов для клиентов у конкурентов; - Форс – мажорные обстоятельства (климатические бедствия, войны, революции); - ограничение доступа в природные парки; - снижение популярности региона.

Туристическая компания «Штурм» была основана в 2001 году Андреем Александровичем Швачко, который на протяжении всех этих лет не только является директором фирмы, но и лично контролирует все направления [5]. Деятельность «Штурма» также состоит из внутреннего туризма Свердловской области и направлений вне домашнего региона.

Летний внутренний активный туризм представлен сплавами по рекам Чусовая и Серга и начинается он уже в мае. Программы проходят в природных парках «Река Чусовая» и «Оленьи ручьи». Компания «Штурм»

предлагает посетить Чусовую по программам 2, 3, 4 и 7, также есть авторский музыкально-поэтический сплав Леонида и Полины, длительностью 3 дня. Сплавы в природном парке «Оленьи ручьи» проходят 2 либо 3 дня, в зависимости от маршрута. Часть пути туристы проходят пешком, изучая главные достопримечательности парка, а часть сплава на пакрафтах. Весь парк «Оленьи Ручьи» оборудован специальными тропами, в том числе и для туристов с ограниченными возможностями здоровья, указателями и местами для отдыха, тем самым привлекая своим комфортом всё больше посетителей.

Зимний и осенний активный туризм внутри региона развивается в посёлке Висим и окрестных территориях. Компания предлагает туры на снегоходах и вездеходах, в зависимости от сезона. Кроме самого катания на транспорте туристы погружаются в историю Урала и поселка Висим в частности, активно играют, готовят блюда в русской печи и парятся в бане.

Деятельность компании вне региона развита не менее, чем внутри. Зимой туристам Нижнего Тагила предоставляется возможность однодневного путешествия к Каменному городу, горе Колпаки и каменному массиву Усьвинские столбы. Маршрут проходит к одной из самых известных достопримечательностей Пермского края. Для желающих посетить более южные регионы разработаны маршруты в Абхазию и Дагестан. Эксклюзивные программы по самым интересным местам региона рассчитаны на 5 дней и проходят почти круглый год.

Безусловно, сплавы проходят и вне Свердловской области. Челябинские озера, реки Вишера, Ай, Юрюзань, озеро Аракуль – это всё можно посетить с компанией «Штурм».

SWOT-анализ деятельности компании «Штурм»

	Сильные стороны:	Слабые стороны:
Внутренние	<ul style="list-style-type: none"> - регулярное изменение предложений; - информационная доступность; - наличие авторских программ; - возможность бронирования туров и оплаты онлайн; - высокое качество обслуживания; - оправданное соотношение цена – качество. 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая конкуренция среди компаний внутри региона; - необходимость координации большого количества направлений летом; - не доступность программ для иностранных туристов.
	Возможности:	Угрозы:
Внешние	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение постоянной клиентской базы; - увеличение квалифицированного штата сотрудников со знанием иностранного языка; - расширение спектра предлагаемых продуктов; - обеспечение ведущих позиций на рынке предоставляемых туристических услуг в регионе. 	<ul style="list-style-type: none"> - привлекательность туристических объектов и направлений вне региона; - Форс – мажорные обстоятельства (климатические бедствия, войны, революции); - ограничение доступа в природные парки; - появление новых конкурентноспособных компаний; - появление более привлекательных продуктов для клиентов у конкурентов.

Команда добрых волшебников организует туры выходного дня и сплавы по Уралу. «Волшебники» – самая молодая компания Нижнего Тагила [4]. Антон Рифович Султанов создал компанию около года назад. Команда единомышленников активно развивается в своей, воплощая в жизнь свои авторские программы. Летом «Волшебники» специализируются на сплавах по рекам Чусовая и озеру Тургояк.

Поход выходного дня – отличная возможность активно провести выходной день в интересной компании. Организаторы предлагают посетить популярные природные объекты Свердловской области. Скала и озеро Тальков камень – одно из самых красивых и доступных мест на Урале, вблизи Екатеринбурга. Еще одна известная многим скала – Медведь-камень, находящаяся не далеко от Нижнего Тагила. Подъем на гору, переправа через реку со снаряжением или на лодке, песни под гитару, игры и многое другое туристы смогут прожить за один день. Завораживающий «Уральский марс» никого не оставит равнодушным. Для любителей более сложных походов и скалолазания есть маршруты на скалы «Семь братьев» и «Чертово городище». с командой «Волшебников» можно познакомиться с зимним парком «Оленьи ручьи» и рекой Серга, провести командообразующее и сплочающее мероприятие в городе или его окрестностях.

Развитие компании вне Свердловской области проходит не менее активно. В Пермском крае можно посетить город-призрак Старая Губаха и достопримечательность Каменный город. На Южном Урале проходит двухдневный тур по природному парку «Таганай».

SWOT – анализ деятельности компании «Волшебники»

	Сильные стороны:	Слабые стороны:
Внутренние	<ul style="list-style-type: none"> - конкретная направленность компании вне летнего сезона; - отличительная стоянка в Природном парке «Река Чусовая»; - сильный корпоративный дух; - высокий уровень обслуживания. 	<ul style="list-style-type: none"> - нет наработанной клиентской базы; - не большой коллектив работников; - не доступность программ для иностранных туристов; - отсутствие предлагаемых программ вне Свердловской области.
	Возможности:	Угрозы:
Внешние	<ul style="list-style-type: none"> - наработка клиентской базы; - расширение спектра предлагаемых продуктов, в том числе вне региона; - расширение компании; - увеличение квалифицированного штата сотрудников со знанием иностранного языка; - обеспечение ведущих позиций на рынке предоставляемых туристических услуг в регионе. 	<ul style="list-style-type: none"> - изменение покупательских предпочтений; - снижение туристического потока в регион; - привлекательность продуктов других компаний; - форс – мажорные обстоятельства (климатические бедствия, войны, революции); - ограничение доступа в природные парки.

Несмотря на свой молодой возраст фирма развивается очень стремительно. Команда создает конкуренцию в сфере активного туризма не только на реке Чусовая, но и по всей области, предлагая достойный продукт «Туры выходного дня».

«Медведь – экстрим» специализируются на организации туристических услуг в сфере активного отдыха уже более 8 лет [11]. Как и в прошлых компаниях специализация летом – сплавы. Безусловно, это сплавы по Чусовой, однако тут появляется новое направление для Нижнего Тагила – река Реж. Вне летнего сезона у туристов есть возможность посетить лыжные прогулки, индивидуальные походы и восхождения. Команда занимается ЭКОпоходами на природных объектах города и региона. У желающих есть возможность посетить тренировки для детей и взрослых спортивный клуб «Медведь». Для заинтересованных детей действует военно-патриотический клуб «Медведь».

SWOT – анализ деятельности компании «Медведь – экстрим»

	Сильные стороны:	Слабые стороны:
Внутренние	<ul style="list-style-type: none"> - спортивная подготовка потенциальных туристов и молодого поколения; - индивидуальная стоянка на реке Чусовая; - четкая сфера деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - нет сформированной клиентской базы; - не большой коллектив работников; - узкая направленность деятельности; - нет четкой информации о деятельности компании на её сайте.
	Возможности:	Угрозы:
Внешние	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение постоянной клиентской базы; - расширение спектра предлагаемых продуктов, в том числе вне региона; - расширение компании; - развитие сайта и социальных сетей; - увеличение квалифицированного штата сотрудников со знанием иностранного языка; - обеспечение ведущих позиций на рынке предоставляемых туристических услуг в регионе. 	<ul style="list-style-type: none"> - снижение туристического потока в регион; - привлекательность продуктов других компаний; - уменьшение клиентской базы; - форс – мажорные обстоятельства (климатические бедствия, войны, революции); - ограничение доступа в природные парки.

Рассмотрев все туристические компании, действующие в Нижнем Тагиле были выделены общие сильные и слабые стороны, а также проведен анализ возможностей и угроз. По итогам составлен SWOT – анализ.

**SWOT – анализ деятельности туристических фирм Нижнего Тагила,
специализирующихся на организации активного отдыха**

	Сильные стороны:	Слабые стороны:
Внутренние	<ul style="list-style-type: none"> - разнообразие предлагаемых услуг; - богатое культурное наследие города и региона в целом, наличие уникальных природных и исторических мест; - возможность бронирования туров и оплаты онлайн; - конкуренция среди компаний, повышающая уровень предоставляемых услуг; - оптимальное соотношение у предоставляемых услуг цена – качество. 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая конкуренция среди компаний региона, занимающих эту же нишу; - падение спроса; - сезонность предлагаемых туристических продуктов; - недостаточный уровень профессиональной подготовки кадров в сфере туризма; - отсутствие туристических продуктов на иностранных языках для туристов из других стран.
	Возможности:	Угрозы:
Внешние	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение постоянной клиентской базы; - увеличение квалифицированного штата сотрудников, в том числе, свободно говорящих на английском языке; - улучшение качества предоставляемых туристических услуг; - увеличение рабочих мест в регионе; - увеличение спектра туристических продуктов, интересных для потребителей; - грантовая поддержка новых проектов. 	<ul style="list-style-type: none"> - появление более развитых конкурентов из Нижнего Тагила или других городов; - появление более привлекательных продуктов у конкурентов; - форс – мажорные обстоятельства (климатические бедствия, войны, революции); - развитие более привлекательных направлений для туристов; - разрушение памятников истории и культуры; - ограничение доступа в природные парки.

Подробно рассмотрев деятельность компаний можно сделать выводы относительно основных сфер. Каждая из турфирм Нижнего Тагила имеет благоустроенную стоянку в природном парке «Река Чусовая». Что показывает популярность данного направления. Чусовая является одной из самых популярных рек региона, это обусловлено её историей, протяженностью и красотой. Именно поэтому на этой реке представлено большое количество компаний Свердловской области и Пермского края. Походы выходного дня – популярное направление для компаний и туристов, позволяющее в короткий срок провести активно время. Деятельность компаний в зимнее время развита хуже, чем в летнее, это обусловлено доступностью к природным объектам и погодными условиями.

Анализируя, можно сделать выводы относительно деятельности компаний, направленных на активный туризм и Концепции Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года.

- Следует развивать сайт и социальные сети компаний;

- Обучение квалифицированных сотрудников;
- Создание туристических продуктов, привлекательных для иностранных граждан;
- Развитие других туристических продуктов для развития активного туризма в Свердловской области;
- Создание конкурентноспособного продукта в сфере активного туризма.

Таким образом, активный туризм Свердловской области, а в частности, Нижнего Тагила имеет перспективы развития. Сейчас создаются и реализуются туристические продукты высокого уровня, однако они не приспособлены для туристов из других стран. Есть регионы, которые остаются более привлекательными, чем Свердловская область. Поэтому задача туристических фирм – создавать и реализовывать привлекательные и конкурентноспособные продукты.

Список литературы

1. Буйленко, В. Ф. Туризм : учебник / В. Ф. Буйленко. – Краснодар : Феникс, 2008. – 65 с.
2. Вуколов, В. Н. Основы техники и тактики активных видов туризма / В. Н. Вуколов. – Алматы : Туран, 1996. – 244 с. – URL: file:///C:/Users/user/Downloads/osnovi_tehniki_vukolov.pdf (дата обращения: 01.12.2023).
3. Зорин, И. В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – Москва : Финансы и статистика, 2005. – 296 с.
4. Компания «Волшебники». – URL: <http://volshebniki-tur.tilda.ws/> (дата обращения: 05.12.2023).
5. Компания «Штурм». – URL: <https://vsenasplav.ru/> (дата обращения: 05.12.2023).
6. Концепция Стратегии развития внутреннего и внешнего туризма в Свердловской области до 2035 года. – URL: http://www.pravo.gov66.ru/media/pravo/p_194_spMrBh3.pdf (дата обращения: 29.11.2023).
7. Кугушева, А. Н. Теоретические аспекты активного туризма / А. Н. Кугушева. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-aktivnogo-turizma/viewer> (дата обращения: 25.11.2023).
8. Мерзлякова, Г. В. Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы / Г. В. Мерзлякова, Л. В. Баталова, Т. И. Оконникова. – Ижевск, 2015. – URL: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/14209/2015500.pdf?sequence=1> (дата обращения: 01.12.2023).
9. Огурцова, Ю. Н. Перспективные направления развития внутреннего туризма в Свердловской области / Ю. Н. Огурцова // Экономические науки. – URL: <https://s.science-economy.ru/pdf/2022/4/1111.pdf> (дата обращения: 05.12.2023).
10. Студия экстремальных программ и путешествий «Мир приключений». – URL: <https://advw.ru/> (дата обращения: 28.11.2023).
11. Туроператор «Медведь-экстрим». – URL: <https://medved-extreme.ru/> (дата обращения: 30.11.2023).
12. Харламова, И. Ю. Анализ инфраструктуры рынка внутреннего туризма России / И. Ю. Харламова, Н. Л. Теренина. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-infrastruktury-rynka-vnutrennego-turizma-rossii> (дата обращения: 25.11.2023).

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ИММЕРСИВНЫХ ЭКСКУРСИЙ

А.А. Польшина

Белгородский механико-технологический колледж

e-mail: gubernia.titz@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам формирования иммерсивных экскурсий, условиям их организации и проведения. Обозначено почему эффект полной погруженности туристов в исследуемую тему или местность становится одним из самых популярных у современного потребителя услуг. Определены ключевые позиции применения иммерсивного подхода в экскурсионной деятельности. Выделены этапы проектирования иммерсивных экскурсий.

Ключевые слова: иммерсивность, иммерсивная экскурсия, иммерсивный подход, этапы проектирования, инновационные практики.

FEATURES OF DEVELOPING IMMERSIVE TOURS

A.A. Polshina

Belgorod mechanical and technological college

e-mail: gubernia.titz@yandex.ru

Abstract. The article is dedicated to the issues of creating immersive tours, the conditions for their organization and execution. It is outlined why the effect of complete immersion of tourists in the explored theme or location has become one of the most popular among modern service consumers. The key applications of the immersive approach in excursion activities are identified, and the stages of designing immersive tours are highlighted.

Keywords: immersion, immersive tour, immersive approach, design stages, innovative practices.

Внедрение инновационных практик в проведение экскурсий является особенно актуальным в настоящее время, так как позволяет сделать экскурсии более интересными, информативными и запоминающимися для туристов. Использование новых технологий, таких как мобильные приложения, виртуальные туры, дополненная реальность и прочие, позволяет создавать уникальные и неповторимые впечатления у туристов. Также инновационные практики способствуют повышению качества услуг и конкурентоспособности туристических компаний. Эффективность внедрения инновационных практик, в частности это касается иммерсивного туризма и экскурсий. Иммерсивный подход в экскурсионной деятельности позволяет создавать более яркие и запоминающиеся впечатления у туристов, что способствует повышению их удовлетворенности и лояльности к туристической компании.

Целью данного исследования является формирование ключевых позиций, позволяющих выявить основы для изучения и развития иммерсивного подхода в экскурсионной деятельности, определить основные этапы проектирования иммерсивных экскурсий.

Иммерсивная экскурсия относится к интерактивным формам экскурсионной работы, она может быть проведена в форме ролевой игры, театрализованного представления, мастер-класса, квеста и др. и подразумевает взаимодействие участников экскурсионного процесса друг с другом, с экскурсоводом, сочетая виртуальные, коммуникативные, мыслительные, познавательные, творческие виды деятельности [1, с. 58].

Иммерсивный подход в экскурсионной деятельности означает создание максимально полного погружения туристов в исследуемую тему или местность, позволяющий ощутить эффект присутствия в созданные условия.

Ключевые позиции применения иммерсивного подхода в экскурсионной деятельности включают:

1. Использование новых технологий для создания виртуальных экскурсий и туров, которые позволяют туристам увидеть и почувствовать местность или тему более полно.

2. Использование мультимедийных средств, таких как видео, звуковые эффекты и интерактивные элементы, чтобы создать более реалистичную атмосферу и углубить знания туристов.

3. Использование специальных костюмов, реквизита и других элементов, чтобы создать более яркую и запоминающуюся атмосферу во время экскурсии.

4. Включение в экскурсии игровых элементов, которые позволяют туристам активно участвовать в процессе исследования местности или темы.

5. Организация интерактивных мероприятий, таких как мастер-классы, дегустации и другие, которые позволяют туристам более глубоко погрузиться в культуру и традиции местности [2, с. 174].

Создание иммерсивной экскурсии требует особого подхода и учета ряда особенностей:

1. Тематика. Иммерсивная экскурсия должна иметь четкую тематику, которая может быть связана с историей, культурой, природой или другими аспектами местности.

2. Целевая аудитория. Необходимо учитывать возраст, интересы и потребности целевой аудитории, чтобы создать максимально увлекательную и информативную экскурсию.

3. Место проведения. Иммерсивная экскурсия должна проводиться в месте, которое позволяет максимально полно погрузиться в тему и создать атмосферу.

4. Реквизит и костюмы. Использование специальных реквизитов и костюмов помогает создать более реалистичную атмосферу и углубить знания туристов.

5. Интерактивность. Включение игровых элементов и интерактивных заданий позволяет туристам активно участвовать в процессе исследования местности или темы.

6. Технологии. Использование новых технологий, таких как виртуальная реальность или дополненная реальность, позволяет создать более увлекательную и реалистичную экскурсию.

7. Продолжительность. Иммерсивная экскурсия должна быть достаточно продолжительной, чтобы туристы могли полностью погрузиться в тему и получить максимальную пользу от экскурсии.

8. Квалификация гида. Гид должен быть хорошо подготовлен и иметь достаточные знания о теме экскурсии, чтобы максимально эффективно передать информацию туристам.

Создание иммерсивной экскурсии требует тщательного планирования и подготовки, но позволяет создать незабываемые впечатления у туристов и повысить их удовлетворенность от поездки.

Этапы создания иммерсивной экскурсии.

1. Определение темы и целевой аудитории. Необходимо определить тему экскурсии и целевую аудиторию, чтобы создать максимально увлекательную и информативную экскурсию. Он начинается с выделения ключевой фигуры, которой будет посвящена экскурсия. Каждый исторический период истории страны (региона), его прорывные для развития моменты делаются конкретными историческими личностями, погруженными в определенные жизненные обстоятельства.

2. Изучение места проведения. Необходимо изучить место проведения экскурсии, чтобы определить, какие элементы и реквизиты могут быть использованы для создания атмосферы.

3. Разработка сценария. На основе темы экскурсии и изучения места проведения, необходимо разработать сценарий, который будет гидом в процессе проведения экскурсии. Необходимо заранее и тщательно подготовить основные сюжетные линии для актеров, задействованных в театрализации, реплики и указания по их использованию. Подобные реплики возможны и в использовании речи экскурсантов. Необходимо продумать алгоритмы действий для каждого экскурсанта с различными условиями, чтобы была возможность выбора поворотов сюжетной линии.

4. Разработка необходимой технологической документации к экскурсии: схемы маршрута, технологической карты, контрольного текста, калькуляции, инструкций для персонала и экскурсантов, которые оформляются в соответствии с ГОСТ Р 52113 – 2014 «Услуги населению. Термины и определения», ГОСТ Р 50381 – 2014 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг», ГОСТ Р 32611 – 2014», Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов», ГОСТ Р 54604 – 2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования».

5. Разработка интерактивных заданий и игровых элементов. Для увлекательности экскурсии необходимо разработать интерактивные задания и игровые элементы, которые будут помогать туристам активно участвовать в процессе исследования местности или темы.

6. Подготовка реквизита и костюмов. Для создания более реалистичной атмосферы необходимо подготовить специальные реквизиты и костюмы для гида и туристов. К примеру, предоставить на выбор несколько предметов гардероба, соответствующих заданной тематике, чтобы у экскурсанта была

возможность определить, как он хочет выглядеть во время всего действия [3, с. 214].

7. Тестирование и корректировка. После разработки экскурсии необходимо провести тестирование и корректировку сценария и заданий, чтобы убедиться в эффективности экскурсии.

8. Подготовка гида. Гид должен быть хорошо подготовлен и иметь достаточные знания о теме экскурсии, чтобы максимально эффективно передать информацию туристам.

9. Проведение экскурсии. Проведение экскурсии должно быть организовано таким образом, чтобы туристы могли полностью погрузиться в тему и получить максимальную пользу от экскурсии.

10. Оценка результатов. После проведения экскурсии необходимо оценить ее результаты и узнать мнение туристов, чтобы улучшить качество экскурсий в будущем.

Иммерсивный подход в экскурсионной деятельности позволяет создавать более яркие и запоминающиеся впечатления у туристов, что способствует повышению их удовлетворенности и лояльности к туристической компании.

Кроме того, использование инновационных практик в экскурсионной деятельности может способствовать развитию туризма в регионе и привлечению новых туристов.

Таким образом, внедрение инновационных практик в проведение экскурсий является необходимым шагом для развития туризма и улучшения качества услуг в данной сфере.

Список литературы

1. Плотникова, В. С. Проектирование экскурсионных услуг : учебное пособие / В. С. Плотникова. – Петрозаводск : ПетрГУ, 2018. – 58 с.
2. Корнилов, Ю. В. Иммерсивный подход в образовании. АНИ: педагогика и психологи / Ю. В. Корнилов. – 2019. – № 1 (26). – С. 174-178.
3. Ерохина, Т. И. Феномен иммерсивного театра в современной отечественной культуре / Т. И. Ерохина, Е. С. Кукушкина // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 1. – С. 214-222.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

И.Л. Салимшин

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Филиал Санкт-Петербург
e-mail: ilnarsalimsin@gmail.com

Аннотация. В данной статье проанализированы проблемы и перспективы развития туризма в современных условиях. Отмечается, что в социологической науке существует несколько подходов к понятию туризма. Таким образом, только благодаря внедрению цифровых технологий можно будет выстроить эффективную модель туризма в регионе.

Ключевые слова: туризм, проблемы, общество, социология, государство.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

I.L. Salimshin

National Research University «Higher School of Economics»,
St. Petersburg Branch

e-mail: ilnarsalimsin@gmail.com

Abstract. This article analyzes the problems and prospects of tourism development in modern conditions. It is noted that there are several approaches to the concept of tourism in sociological science. Thus, only through the introduction of digital technologies it will be possible to build an effective model of tourism in the region.

Keywords: tourism, problems, society, sociology, state.

Современное общество всё еще трансформируется и, конечно же, наряду с этим туризм приобретает все большее значение в современном мире. Одним из крупнейших социально-экономических явлений глобализации рынков и усиления культурных связей выступает туризм. Исследователь Мясникова Л.А. выделяет, что туризм охватывает деятельность людей, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями» [2, с. 13].

Обратимся к социологическому анализу подходов к понятию туризм:

1. Функционализм – изучение туризма осуществляется через призму его роли в социальной системе. В рамках этого подхода анализируется, как туризм способствует поддержанию социального баланса, обеспечению отдыха и развлечений, а также социальной интеграции.

2. Конфликтный подход – в этом контексте акцентируется внимание на противоречиях и конфликтах, возникающих из-за туризма, например, в отношении распределения доходов и возможностей.

3. Символический интеракционизм – изучается, как индивиды взаимодействуют друг с другом в ходе туристической деятельности и какие значения и символы они привносят в процесс путешествия.

4. Социокультурный подход – сосредоточен на влиянии туризма на культуру и общество, а также на воздействие культурных и социальных факторов на туризм.

5. Феноменологический подход – рассматривается субъективный опыт туристов, анализируется индивидуальное восприятие и осмысление путешествий.

6. Постструктурализм – изучает туризм с точки зрения деконструкции и критического анализа существующих нарративов и дискурсов. Здесь поднимаются вопросы власти, идентичности и представлений, а также разбор клише и мифов, связанных с туристическими местами и культурными практиками.

7. Жизненный цикл туристического направления – теория, предложенная Р.В. Батлером, рассматривает стадии развития туристических направлений от их «открытия» до «затухания» и возможного «обновления».

8. Теория отклонения – исследует туризм как способ отклонения от повседневной жизни и рутинных обязанностей, рассматривая путешествие как временное освобождение от социальных норм и ограничений, что позволяет лучше понять его привлекательность и функции в современном обществе.

Исходя из вышеперечисленного, стоит выделить, что в социокультурном плане туризм тесно связан с местным населением. Взаимопроникновение культур, которое происходит между туристами и местными жителями, приводит к такой глубокой связи, которая, в свою очередь, может способствовать социальной солидарности и стимулировать общение между различными этническими группами. Именно поэтому, когда люди из разных стран приезжают в качестве туристов, они участвуют в таких культурных обменах. В результате люди из совершенно разных стран обмениваются идеями, избавляются от стереотипов и учатся друг у друга.

Однако с точки зрения экономики туризм приносит финансовую выгоду государству, и он особенно хорошо подходит для тех регионов страны, где нет альтернативных видов производственной деятельности. При правильном подходе развитие инфраструктуры и приток инвестиций, связанный с созданием рабочих мест, могут привести к модернизации всех сфер общества.

Исследователи Духовная Л.Л., Никольская Е.Ю. и Успенская М.Е. отмечают, что с учетом масштабов и продолжительности пандемии, значительное количество предприятий туристского профиля были вынуждены приостановить или полностью прекратить свою хозяйственную деятельность, безвозвратно покинув рынок [1, с. 118].

Если взглянуть на последние технологические тенденции, то становится ясно, что мы вступаем в эпоху, когда доминирующее положение займет цифровой потребитель. В этой связи, туристические компании, переходящие на цифровые технологии, получают все большее количество повторных клиентов. Всё дело в дизайне пользовательского опыта, который позволяет нам получить столько информации, сколько мы хотим.

Не отстают и отели, которые готовы в полной мере использовать возможности искусственного интеллекта для улучшения показателей гостиничного сервиса. Роботизированные системы и автоматизация начинают проникать в общество – от процедур самостоятельной регистрации до дружелюбных персональных помощников по обслуживанию номеров, работающих на основе искусственного интеллекта.

Отметим, что государственная финансовая поддержка реализуется как на федеральном, так и на региональном уровне. Примером может служить программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)», предполагающая выделение субсидий на

развитие туристской инфраструктуры, поддержку малого и среднего бизнеса в туристической сфере.

Оборот отрасли туризма в России в 2021 году составил 70% от уровня 2019 года, а это 2,5 триллиона рублей. Меры введенные на фоне пандемии снизили поток туристов из России. 175,8 тысяч визитов было совершено иностранцами в период с января по сентябрь 2021 года, для сравнения: в 2019 году в этот же период, количество иностранцев было около 4,3 миллионов человек [3, с. 171].

Неотъемлемой частью стратегии развития туризма является продвижение туристического продукта, а также повышение информированности потребителей. В этих целях создается и постоянно обновляется многоязычный туристический портал Russia.travel, где представлена исчерпывающая информация по разнообразным направлениям отдыха в России.

На основании проанализированных нами исследований, мы можем выделить следующие категории туризма:

- Рекреационный – включает туризм, основной целью которого является отдых и развлечения.

- Культурный – направлен на погружение в культурное пространство и изучение истории, традиций и искусства региона.

- Экотуризм – сфокусирован на взаимодействии с природной средой и распространении экологических ценностей.

- Образовательный – организуется с целью получения знаний и развития умений в определенной области.

Мы должны указать, что безусловно перечисленная выше классификация затрагивает лишь основные виды, которые представлены в туризме. Стоит указать, что благодаря активному распространению искусственного интеллекта появляются новые формы и виды туризма, которые ещё не исследованы и не описаны в научной литературе. Мы считаем, что целесообразно внедрить даже в гуманитарной науке формулу, которая позволит оценивать эффективность мероприятий туризма в отдельно взятом регионе нашей страны. Стоит предложить следующую формулу:

- $KЭТ = (ЭкП + СоцП + КультП + ЭкоП) / (Инв + ЭкН)$.

Для того чтобы понять каждый показатель формулы, стоит их раскрыть:

- ЭкП – экономический показатель включает в себя доход на одного жителя от туризма.

- СоцП – социальный показатель может включать уровень удовлетворённости местного населения туристической деятельностью.

- КультП – культурный показатель, отражающий вклад туризма в сохранение и популяризацию культурного наследия региона можно измерять через число культурных мероприятий, посетителей музеев или состояние объектов культурного наследия.

- ЭкоП – экологический показатель, который может оцениваться через индекс сохранности экосистем или объём вложений в экологически устойчивые туристические проекты.

- Инв – общие инвестиции в туристическую инфраструктуру и услуги.

- ЭксН – экстерналиальные негативы, то есть негативные последствия туристической деятельности, например степень загрязнения окружающей среды, уровень износа инфраструктуры, негативное воздействие на местное сообщество.

Таким образом, в данной научной статье мы выяснили, что перспективы развития туризма в современных условиях напрямую сопряжены с внедрением цифровых технологий, включая искусственный интеллект. Для того чтобы выстроить эффективную модель туризма в современных реалиях, требуется учитывать индивидуальные потребности каждого человека.

Список литературы

1. Духовная, Л. Л. Тенденции, проблемы и перспективы развития туризма и гостеприимства в Калининградской области в период трансформации туристских потоков / Л. Л. Духовная, Е. Ю. Никольская, М. Е. Успенская // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16, № 1 (98). – С. 116-127.
2. Мясникова, Л. А. Понятие туризма и его классификация. Критерии выделения туризма / Л. А. Мясникова // Виды туризма : для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2023. – С. 13-23.
3. Полубояринова, Д. А. Проблемы и перспективы развития индустрии туризма в современных экономических условиях / Д. А. Полубояринова // Современные проблемы и перспективы развития туризма и сферы услуг : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Владимир, 10 ноября 2022 года / под общей редакцией И. Ф. Жуковской. – Владимир : Транзит-ИКС, 2022. – С. 170-174.

К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМАХ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Е.А. Титова

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
e-mail: yelizaveta.titova.01@bk.ru

Аннотация. В статье идет речь о проблемах, касающихся активной функциональности туристической отрасли в России, проводится анализ актуальности развития данной отрасли в нашей стране.

Ключевые слова: туристическая отрасль, туризм, развитие отрасли.

ON THE ISSUE OF CURRENT PROBLEMS OF THE TOURISM INDUSTRY IN RUSSIA

E.A. Titova

Belgorod State National Research University

e-mail: yelizaveta.titova.01@bk.ru

Abstract. The article deals with problems related to the active functionality of the tourism industry in Russia, analyzes the relevance of the development of this industry in our country.

Keywords: tourism industry, tourism, industry development.

Туристическая отрасль в России – особый вид взаимодействия частного и государственного бизнеса. В сложных условиях проведения специальной военной операции на Украине организация туризма в России стала особенно актуальной, а проблем, связанных с изменением привычных маршрутов заграничных туров и перестройкой наработанных схем туристических потоков стало гораздо больше.

Актуальность развития туристической отрасли в стране имеет предпосылки, связанные с развитием мест для отдыха россиян и наполнением бюджетных статей регионов за счет прибыли. Однако в настоящее время актуальность развития туризма в стране еще обусловлена и ситуацией, связанной с санкционным «давлением» европейских стран, которые следуют указаниям американских кураторов и, «поддерживая» политику блокировки счетов крупных лиц и компаний, всевозможных нелепых запретов, «рвут» годами сложившиеся экономические связи с Россией. Запреты и санкции, вводимые для россиян, касаются и вопросов туризма. Закрываются посольства Российской Федерации в Германии, сокращается туристический поток наших граждан, желающих и имеющих возможность посетить страну.

Ситуация «сворачивания» наработанных десятилетиями контактов стала затрагивать не только области экономики, торговли, но и значительную часть туристической отрасли нашей страны. Отсутствие возможностей оформить туристические визы в первое время проведения СВО и введения запретов на выезд буквально «сбила с ног» россиян, особенно тех, кто в силу стабильно высокого материального положения привык проводить свой отпуск и свободное время за пределами Российской Федерации. Более того, в сложный исторический период времени многие состоятельные люди, имеющие недвижимость и вид на жительство за границей, вообще покинули Россию.

Противоречия, буквально «разрывающие» общество на части, когда произошел массовый отток капитала из страны, постепенно сгладились. Имеющий место в самом начале проведения специальной военной операции на Украине «отток» состоятельных людей из страны прекратился. Да и осуждение народа практически невозможными сделали их возвращение в

страну. Жизнь всегда изобилует множеством граней, выбор каждый человек делает сам, а последствия отъезда принятых решений россиян – всегда на их совести. В России назрела острая необходимость реорганизации собственной туристической отрасли, так как привычные туристические маршруты перестали функционировать. Важность решения данной проблемы хорошо понимают на уровне правительства нашей страны и принимают серьезные меры для налаживания работы туристической отрасли.

У состоятельных россиян, лишенных возможности отдыхать на фешенебельных курортах и просто путешествовать по странам Европы, в связи с трудностями при оформлении туристических виз, без которых попасть в европейские страны просто невозможно, проблем с организацией отдыха прибавилось. Однако когда закрываются одни страны, открываются для туристов новые маршруты и другие страны. Мир огромен, многомерен и интересен. Перечень новых туристических маршрутов постепенно растет. И данное обстоятельство вполне закономерно: открывшуюся нишу возможностей для пополнения бюджетов в связи с возникшими новыми туристическими маршрутами многие страны не намерены «упускать» и стараются расширить список туристических услуг, которыми могут пользоваться россияне. Стали развиваться туристические маршруты по городам Китая, для посещения в данную страну необходимо оформлять электронные визы, а для некоторых категорий граждан и вовсе возможен въезд в КНР без визы. Такими преимуществами пользуются, например, туристы, «которые въезжают в КНР в составе туристических групп от 5 до 50 человек на срок до 15 дней» [1].

Туризм широко развивается и внутри самой России. Кроме того, необходимость организации национального туризма после стольких ограничительных мер в нашей стране стала очевидной. Наличие и необходимость частных инвесторов для развития современной инфраструктуры, туристических объектов стало «веянием» времени. Конечно, для реализации масштабных туристических проектов необходимо слаженное взаимодействие органов власти и бизнеса. Как 10 и 20 лет назад, «с развитием туристской индустрии в Российской Федерации связывают перспективы экономического роста, решения социальных проблем, повышения качества жизни населения, развития регионов, воспитания патриотизма и улучшения имиджа страны» [2, с. 218].

Вопросы развития отечественного туризма, связанные с государственно-частным сотрудничеством, характеризуют важность проблемы, которая в России в условиях современности весьма актуальна. Исследователи различают категории внутреннего и въездного туризма.

Нужно отметить, что каждый регион РФ разрабатывает свои направления для развития туристической отрасли. Так, например, в Самарской области были разработаны и внедрены в экономику региона проекты, связанные с построением туристско-рекреационных комплексов. Кроме того, в области действуют созданные «совместные проекты экологического и природоохранного содержания, осуществляется

привлечение частных партнеров для реставрации, восстановления, содержания и включения в туристские дестинации памятников культуры регионального значения; происходит разработка и реализация крупных инвестиционных проектов в области развлечений» [2, с. 218].

Подобные проекты разрабатываются и в других регионах страны, «вскрывая» проблемы, которые существуют в туристической отрасли. Современные исследователи М.С. Гусева и Д.В. Амелькина справедливо указывают на проблемы в сфере национального туризма, связанные с совершенствованием законодательства, «обеспечивающего закрепление в соответствующих нормативно-правовых актах форм государственно-частного партнерства в туризме, внедрения проектных методов управления, повышения эффективности деятельности институтов развития и квалификации специалистов» [2, с. 218]. Кроме того, законодательно должны быть закреплены положения, обеспечивающие поддержку малого и среднего бизнеса и индивидуальных инвесторов, – писали М.С. Гусева и Д.В. Амелькина в 2017 году.

Отвечая на вызовы современности и словно отвечая на призыв исследователей, для частных инвесторов и предпринимателей в 2023 году приняты значительные меры поддержки. В настоящее время «благодаря этим мероприятиям в стране развивается удобная туристическая инфраструктура, появляются новые точки притяжения и развиваются смежные отрасли. Среди них – субсидии на строительство модульных гостиниц, экспресс-заем на любые бизнес-цели, грант “Агротуризм”, зонтичные поручительства и инвесткредиты от 2,5% до 4%» [3]. Данные сведения приводит заместитель министра экономического развития РФ Татьяна Илюшникова, подчеркивая перспективность и актуальность развития туристической отрасли в России.

Вопросы и важные проблемы, касающиеся функционирования туристической отрасли в нашем регионе всегда находились в разработке, а затем и в реализации правительства области. Современный исследователь – М.Е. Комарова емко и точно отразила в статье «Методологические подходы к разработке стратегии развития туристского рынка Белгородской области» [4]. Проведя анализ социально-экономического развития региона, автор исследования пришла к выводу о том, что «количественные показатели отражают конкурентную устойчивость туристского сектора экономики в регионе и потенциал его развития» [4]. Такая высокая экономическая составляющая региональной туристической отрасли стала возможной за счет формирования так называемых зон «опережающего развития» и существования особого «территориального туристско-рекреационного кластера» в регионе и стране в целом.

Актуальными проблемами туристической отрасли в России стал увеличившийся спрос на туристические услуги не только в крупных городах, но и в регионах, что повлекло за собой развитие регионального туризма.

Увеличение возможностей для развития туристической отрасли в России – шанс для развития туристических компаний, частных инвестиций и уникальных решений для государственной строительной индустрии. Нет

никаких сомнений, что данными возможностями воспользуются люди, которые заняты в туристической индустрии и возможностей для хорошего и комфортного отдыха россиян станет значительно больше.

Список литературы

1. Правила въезда в Китай для россиян в 2023 году. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/china-entry-rules/> (дата обращения: 12.12 2023).
2. Гусева, М. С. Взаимодействие государства и бизнеса в развитии внутреннего и въездного туризма / М. С. Гусева, Д. В. Амелькина // *Arg Administrandi* (Искусство управления). – 2017. – Том 9, № 2. – С. 217-236.
3. Для туристических компаний запущено сразу несколько программ поддержки // Министерство экономического развития Российской Федерации. – URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/novosti/news/dlya-turisticheskikh-kompaniy-zapushcheno-srazu-neskolko-programm-podderzhki/> (дата обращения: 12.12.2023).
4. Комарова, М. Е. Методологические подходы к разработке стратегии развития туристского рынка Белгородской области / М. Е. Комарова // *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. – 2014. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-podhody-k-razrabotke-strategii-razvitiya-turistskogo-gynka-belgorodskoy-oblasti> (дата обращения: 12.12 2023).

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ БРЕНДОВОГО МАРШРУТА РЕГИОНА

М.П. Титова

Забайкальский государственный университет

e-mail: titovamarinal@inbox.ru

Аннотация. В статье рассмотрен туристский потенциал Забайкальского края, способствующий созданию брендового маршрута региона. Выделены основные туристические зоны Забайкальского края, в которых представлены наиболее привлекательные туристические ресурсы для создания нового турпродукта. Брендовый маршрут может стать мощным инструментом привлечения туристов, инвесторов и покупателей из других регионов России.

Ключевые слова: туристский потенциал, брендовый маршрут, туристские ресурсы, Забайкальский край.

TOURIST POTENTIAL AS A TOOL FOR CREATING A BRAND ROUTE OF THE REGION

M.P. Titova

Transbaikal State University

e-mail: titovamarinal@inbox.ru

Abstract. The article examines the tourism potential of the Trans-Baikal Territory, which contributes to the creation of a Brand route for the region. The main tourist zones of the Trans-Baikal Territory are identified, in which the most attractive tourist resources are presented for the creation of a new tourism product. A Brand route can become a powerful tool for attracting tourists, investors and buyers from other regions of Russia.

Keywords: tourist potential, Brand route, tourist resources, Trans-Baikal Territory.

Брендовые туристические маршруты стали продолжением проекта по импортозамещению, который Ассоциация Туроператоров инициировала ещё в 2015 году. Запрос от рынка сформировался уже тогда – нужен был турпродукт в регионах, который расширил бы ассортиментную линейку продавцов маршрутов по стране. В Забайкальском крае имеется огромный туристский потенциал для создания брендового маршрута на основе уникальных природных ресурсов, богатом биологическом и ландшафтном разнообразии территории, многочисленных минеральных и бальнеологических ресурсах, познавательного, научного и орнитологического туризма, геологической и палеонтологической истории края, а также памятников археологии и культуры.

Под туристским потенциалом понимается вся совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории [4]. Его часто связывают с наличием уникальных, необычных объектов, которые могут быть интересны не только местным жителям.

На территории Забайкальского края выделены пять туристических зон, обладающих разнообразными туристскими ресурсами, которые можно использовать при создании брендового маршрута региона (рис.).



Рис. Туристические зоны Забайкальского края

В Юго-Западной туристической зоне важным ресурсом считается приграничный туризм (семейно-родственный, паломнический, мемориальный). Его развитию способствуют единые этнические корни бурят, монголов и китайцев, которые проживают в Автономном районе «Внутренняя Монголия» (КНР), их конфессиональное единство, а также сохраненные традиции.

На данной территории выделяются такие хребты как Цаган-Хуртэй, Яблонувый, Малханский, а также отдельные хребты и горы северной части

Хэнтэй-Чикойского нагорья. Гора Быстринский (или Барун-Шабартуй) считается наивысшей точкой данной зоны. Её высота 2519 метров. Немного ниже расположена вершина Сохондо высотой 2500 метров, являющаяся центром Государственного природного биосферного заповедника «Сохондинский» [2].

В данной туристской зоне проводятся сложные спортивные походы и путешествия, чему способствует большое разнообразие рельефа. Здесь есть возможность занятий водными видами спорта, организации пешеходных и лыжных походов, велосипедных и горных путешествий. Кроме того, здесь есть возможность организации трансграничных путешествий, сплавов по рекам Менза и Онон, конных маршрутов, автомобильных, велосипедных поездок и многое другое.

Познавательный потенциал данной туристической зоны заключается в наличии уникальных природных памятников, таких как озера Зун-Торей и Барун-Торей, Ламский Городок с причудливыми формами каменных изваяний, напоминающих столбы, дворцы, стены и фигуры животных. Некоторые скалы достигают высоты до 50 метров. Также здесь находится Чикойский монастырь и Бурсомский дацан, в котором хранится литературный памятник буддизма «Ганчжур». Интересны и многослойные археологические памятники. В данном районе возможно проведение спортивных охотничьих туров, организация агротура, включающего знакомство с бытом местных сельских жителей, а также участие в добыче и переработке кедрового ореха.

Южная и Восточная туристические зоны также имеют большой туристский потенциал благодаря уникальным природным объектам – живописным ландшафтам, редким растениям и животным. В туристической зоне находятся множество уникальных археологических и палеонтологических объектов, Цугольский и Агинский дацаны – памятники бурятской культуры, скальные останцы Адун-Челона и многое другое. Данная туристическая зона расположена на особо охраняемой территории национального парка «Алханай» и охранной зоны Государственного природного биосферного заповедника «Даурский» [3].

Горный массив Алханай является уникальным природным комплексом, который входит в топ-5 наиболее почитаемых святынь северного буддизма. Большинство из культовых сооружений были построены еще в XIX веке. В 1991 году здесь была сооружена памятная ступа в честь приезда Далай-Ламы XIV. В настоящее время этот местный культурный объект привлекает религиозных паломников из разных стран мира [5]. Также радует свежий горный воздух и возможность поправить здоровье за счет целебных минеральных источников. На территории парка можно наблюдать интересные скальные образования, напоминающие ворота, храмы и колонны, возникшие в результате выветривания более мягких горных пород. Здесь расположены два села – Красноярово и Ара-Иля, привлекающие туристов своим колоритом и уникальной атмосферой.

Минеральные источники и лечебные грязи санаториев и курортов Дарасун, Кука, Шиванда, Ургучан и Ямкун дают возможность развития лечебно-оздоровительного туризма [6]. Кроме того, развитая транспортная сеть играет важную роль в организации туристического бизнеса. Это перспективные территории для проведения различных видов туризма, в том числе познавательного, спортивного, конного, трансграничного.

Одно из уникальных мест Центральной туристской зоны Забайкальского края – Гора Палласа на Яблоновом хребте в 35 километрах от Читы. Она разделяет сразу три реки: Енисей, Амур и Лену и известна под романтическими названиями, такими как Великий Исток и Гора Пяти Морей. Последнее название возникло не случайно, так как реки впадают в Карское, Японское, Охотское моря, море Лаптевых и озеро Байкал [1]. Каждая третья капля дождя, выпавшая на горе Палласа, попадает в Северный Ледовитый и Тихий океаны.

В Каларском районе Северной туристической зоны Забайкальского края находится национальный парк Кодар, представляющий собой две цепи альпинотипных хребтов Кодар, Удокан и Каларский между которыми расположены межгорные впадины. Высшая точка хребта Кодар – пик БАМ, высотой 3073 метра над уровнем моря. Это самый северный район, граничащий с Республикой Бурятия – на западе, с Иркутской областью – на севере, с Республикой Саха Якутия и Амурской областью – на востоке. Парк разделен на два кластера: южный и северный. Каждый из них состоит из четырех видов зон, таких как: заповедная, особо охраняемая, рекреационная и зона традиционного экстенсивного природопользования [2]. Очень актуально в настоящее время сохранение уникальных природных комплексов горно-таёжных лесов, расположенных в бассейнах рек Витим и Чара, сохранение мест обитания редких видов животных, культурно-исторических объектов и поддержание традиционного образа жизни коренного малочисленного народа – эвенков [7]. Ещё один уникальный туристский ресурс данной туристической зоны, который обязательно стоит посетить – урочище Чарские пески, называемое «местные Каракумы».

Проведя анализ туристского потенциала Забайкальского края, можно сделать вывод о наличии большого разнообразия туристских ресурсов, способствующих созданию брендового маршрута региона и его продвижения как важного этапа развития региональной экономики. Перспективным является развитие туристического направления, увеличение турпотока российских и иностранных туристов, направленного на увеличение доходов населения, развитие регионального туризма и края в целом.

Список литературы

1. Гениатулин, Р. Ф. Малая энциклопедия Забайкалья: Природное наследие / Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск : Наука, 2009. – 698 с.

2. Горина, К. В. Туристские районы Забайкальского края / К. В. Горина, М. С. Новикова, А. Т. Соловова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-5. – С. 903-907.
3. Забайкальский край. Национальный туристический портал. – URL: <https://russia.travel/places/9968/> (дата обращения: 15.01.2024).
4. Лиханова, В. В. Туристское ресурсосведение : учебное пособие / В. В. Лиханова, М. П. Титова ; Забайкал. гос. ун-т. – Чита : ЗабГУ, 2017. – 144 с.
5. Национальный парк Алханай. – URL: <http://alkhana.ru/> (дата обращения: 15.01.2024).
6. Сеница, С. М. Туристический край – Забайкалье / С. М. Сеница, С. В. Лазаревская // Ресурсы Забайкалья. – Чита, 2002. – 130 с.
7. Энциклопедия Забайкалья. – URL: <http://encycl.chita.ru/encycl/person/?id=4953> (дата обращения: 15.01.2024).

РАЗДЕЛ 17. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

ФОРМИРОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМУ ИСКУССТВУ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ БЕЛАРУСИ

И.Г. Волкова

Научно-методическое учреждение «Национальный институт образования»
Министерства образования Республики Беларусь
e-mail: sig.05@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции обновления содержания художественного образования в начальной школе Беларуси. Обрисовывается круг ключевых компетенций учащихся начальных классов и условия их формирования при обучении изобразительному искусству. В материалах статьи представлен перечень результатов освоения содержания учебного предмета «Изобразительное искусство» на первой ступени общего среднего образования.

Ключевые слова: ключевые компетенции, универсальные компетенции младших школьников, обучение изобразительному искусству в начальной школе, результаты освоения изобразительного искусства.

FORMATION OF KEY COMPETENCIES IN FINE ARTS TEACHING IN BELORUSSIAN PRIMARY SCHOOL

I.G.Volkova

Scientific and Methodological Institution «The National Institute of Education»
of the Ministry of Education of the Republic of Belarus
e-mail: sig.05@mail.ru

Abstract. The article examines current trends in updating the content of art education in primary schools in Belarus. The circle of key competencies of primary school pupils and the conditions for their formation when teaching fine arts are outlined. The materials of the article present a list of the results of studying the content of the subject “Fine Arts” at the first stage of general secondary education.

Keywords: key competencies, universal competencies of primary school pupils, teaching fine arts in primary school, results of studying fine arts.

Новый вектор развития современной образовательной практики наметил основные тенденции обновления как теоретических, так и практических ее аспектов. Формирование функциональной грамотности и универсальных компетенций у учащихся требует корректировки целевой и содержательной основы образования на всех ступенях [3]. Начальное образование также должно реагировать на данные изменения на уровне каждого учебного предмета. С учетом обозначенных тенденций в Беларуси обновляется образовательный стандарт, задающий ориентиры для современной начальной школы. В данном документе регламентированы

требования к организации образовательного процесса при изучении каждого предмета, а также требования к результатам освоения содержания образовательной программы начального образования по каждому предмету.

Учебный предмет «Изобразительное искусство» как базовый для общего художественно-эстетического образования учащихся осваивается в белорусских школах только четыре года закладывает основы для дальнейшего обучения искусству [2]. В контексте современных тенденций данный предмет должен «работать на перспективу» – готовить Человека к жизни в информационно-насыщенной социальной среде с быстро меняющимися условиями.

Объектом изучения предмета «Изобразительное искусство» выступает само искусство как средство познания окружающей действительности и как форма отражения отношения к ней человека. Специфика объекта изучения для начального образования заключается в практико-ориентированном характере освоения искусства, содействующем расширению эмоционально-чувственной сферы учащихся, актуализации их творческого потенциала и развитию художественно-творческих способностей. В процессе освоения искусства (художественного восприятия и практической художественно-творческой деятельности) при создании необходимых условий у учащихся формируются универсальные компетенции (гражданственности, мышления, эмоциональной регуляции, коммуникации, кооперации, устойчивого личностного развития) как ключевые компетенции, развиваемые далее на второй и третьей ступени общего среднего образования.

Для формирования *компетенции гражданственности* необходимо создание условий для присвоения учащимися духовно-нравственных ценностей, транслируемых искусством, для изучения произведений белорусской художественной культуры и освоения традиций создания ее артефактов, для воспитания уважительного отношения к белорусскому искусству в контексте мирового. *Компетенция мышления* формируется через создание условий для понимания учащимися видово-жанровой системы изобразительного искусства, для разностороннего анализа младшими школьниками произведений искусства разных видов и жанров с формулировкой выводов и аргументацией своей позиции; создание ситуаций поиска решения учебно-творческих задач с использованием выразительных возможностей разнообразных художественных техник; через овладение приемами создания творческого продукта на плоскости и в объеме в соответствии с авторской идеей и художественным опытом. Для *компетенции эмоциональной регуляции* необходимо создание условий для распознавания, регулирования учащимися своих эмоций, интерпретации эмоций других людей, сопереживания в процессе восприятия произведений искусства, а также в художественно-творческой деятельности. *Компетенция коммуникации* формируется через овладение младшими школьниками навыками моно- и диалоговой коммуникации по тематике искусства с соблюдением этических норм, решение учебно-творческих задач с использованием информационно-коммуникационных технологий. Включение

учащихся в разнообразные формы межличностного взаимодействия для решения практических художественно-творческих задач содействует развитию *компетенции кооперации*, для которой также необходимо создание условий для согласованной работы в группе при создании творческого продукта. Формированию *компетенции устойчивого личностного развития* способствует выстраивание индивидуальной траектории художественно-эстетического развития учащихся с опорой на их творческий потенциал; реализация потребности в самостоятельной художественно-творческой деятельности, воспитание уважения к своему творчеству и творчеству других людей.

Рассмотренные ключевые универсальные компетенции учащихся охватывают различные виды функциональной грамотности [1], приоритетными среди которых являются интегративные – художественно-эстетическая, информационно-читательская грамотности. Их дальнейшее развитие осуществляется на второй ступени общего среднего образования, однако через оценку результатов освоения (личностных, метапредметных, предметных) содержания учебного предмета «Изобразительное искусство» можно выявить пути для дальнейшего уточнения художественно-эстетического развития учащихся.

Личностные результаты выражаются в проявлении ценностного отношения учащихся к национальному и мировому искусству; демонстрации интереса к искусству как части общечеловеческой культуры, национальной культуре и культурам других народов; проявлении любознательности к произведениям искусства об истории развития региона, страны; в понимании образной природы искусства; выражении потребности в художественном творчестве и общении с искусством; проявлении уважения к своему творчеству и творчеству других людей; самостоятельности в решении художественно-изобразительных, художественно-конструкторских задач.

Метапредметные результаты раскрываются через поиск и преобразование учащимися информации, представленной в различных знаковых системах с использованием учебных пособий и других источников; соотнесение полученной информации с имеющимся художественным опытом и формулирование соответствующих выводов; через анализ, сравнение и сопоставление учащимися объектов окружающей действительности по художественно-эстетическим критериям; использование знаково-символических средств изобразительного искусства (в том числе возможностей информационных технологий) для реализации творческого замысла, для освоения содержания других учебных предметов (литературы, языка, музыки и др.); через выполнение практического задания по плану; определение и осознание причин своего успеха или неуспеха в творческой деятельности; формулирование своей позиции с использованием языка изобразительного искусства; проявление учащимися культуры слушания, принятие разных точек зрения; через согласованную работу в группе, сотрудничество в художественно-творческой деятельности; проявление эмоциональной отзывчивости, сопереживания при восприятии произведений

искусства; регулирование школьниками своего эмоционального состояния в процессе восприятия произведений искусства и художественно-творческой деятельности; через поиск адекватных средств изобразительного искусства для выражения своего эмоционального состояния в творческом продукте.

Предметные результаты включают проявление учащимися эстетического отношения к действительности, искусству, явлениям художественной культуры; владение общими представлениями о роли изобразительного, декоративно-прикладного искусства, архитектуры и дизайна в жизни человека и общества, о работе художника, скульптора; мастера-прикладника, дизайнера, архитектора над произведением искусства, узнавание и называние произведения изобразительного искусства и его автора; осознание особенностей видов и жанров изобразительного искусства; классификация произведений искусства по видам и жанрам, их сравнение, анализ, оценка и выражение своего отношения; владение начальными представлениями о выразительных средствах изобразительного искусства и их возможностях в создании художественного образа; определение общего характера выразительности художественного образа в произведениях искусства разных видов и жанров; владение начальными умениями и навыками изобразительной, декоративно-прикладной, конструкторско-дизайнерской деятельности и применение их в художественном творчестве; создание художественных образов на плоскости и в объеме в соответствии с творческим замыслом в различных художественных техниках, в том числе смешанных.

Таким образом, для успешного социального взаимодействия и самореализации современному школьнику необходимо обладать универсальными компетенциями – навыками XXI века, которые во многом определяют функциональную грамотность учащихся. Художественное образование в массовой белорусской начальной школе также обладает потенциалом для формирования ключевых универсальных компетенций обучающихся. Реализация данного потенциала должна найти отражение в нормативных документах, регламентирующих стратегические направления современного начального образования. Обновление образовательного стандарта позволяет закрепить норму необходимых условий и требований к результатам освоения содержания предмета «Изобразительное искусство» на первой ступени общего среднего образования в Беларуси.

Список литературы

1. Гулецкая, Е. А. Функциональная грамотность младшего школьника: интегративные компоненты / Е. А. Гулецкая, Т. А. Ковальчук // *Веснік адукацыі*. – 2021. – № 10. – С. 35-45.
2. Колбышева, С. И. Художественно-эстетическое образование: теоретические основы учебного предмета «Искусство» : монография / С. И. Колбышева. – Минск : Национальный институт образования, 2021. – 248 с.
3. Русецкий, В. Ф. Целевые ориентиры развития дошкольного, общего среднего и специального образования в целях раскрытия потенциалов личности / В. Ф. Русецкий // *Веснік адукацыі*. – 2023. – № 3. – С. 3-11.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ В ЦИФРОВЫХ ГУМАНИТАРНЫХ НАУКАХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Б.П. Дементьев
Пермский государственный национальный
исследовательский университет
e-mail: b-demen@yandex.ru

Аннотация. В статье анализируются: сферы применения цифровых гуманитарных наук (далее – ЦГН); методы ЦГН; компетенции преподавателя в ЦГН; специфика гуманитарных наук в цифровой среде; перспективы развития ЦГН.

Ключевые слова: цифровые, гуманитарные, науки, исследования, проблемы, потенциал, перспективы.

HUMAN POTENTIAL IN DIGITAL HUMANITARIAN SCIENCE: PROBLEMS AND PROSPECTS

B.P. Dementiev
Perm State National Exploratory University
e-mail: b-demen@yandex.ru

Abstract. In article are analysed: spheres of the using the digital humanitarian sciences (hereinafter – CGN); the methods CGN; the competencies of the teacher in CGN; specifics of the humanitarian sciences in digital ambience; the prospects of the development CGN.

Keywords: digital, humanitarian, sciences, studies, problems, potential, prospects.

Что такое цифровые гуманитарные науки (далее – ЦГН)? Определений более восьми сотен [1, с. 15]. Поэтому важно сразу определиться с пониманием термина. Думается, что ЦГН – это не сумма «цифры» и гуманитарной сферы и даже не только применение цифровых технологий в гуманитарных дисциплинах. Скорее, это пограничная научная деятельность, стык – непосредственно вычислительная техника, цифровые технологии и гуманитарные дисциплины. Это не фрагментарное, а систематическое использование «цифры» и анализ применения. ЦГН – это обязательная междисциплинарность и комплексность (активность исследовательская, преподавательская и методическая) [2, с. 24]. Цифровой инструментарий и методы ЦГН не замещают устное слово и печать, но дают импульс развитию гуманитарной сферы, поднимают распространение знаний на новый уровень.

ЦГН – это, как правило, возможность творчества, создания проектов (с лат. – *projectus* – брошенный вперед, выступающий). Проект по нескольким уровням. Начало – базовые вычисления (обработка масс данных и программирование обработки). Далее уровни – организация и производство (сети, устройства, интерфейс) [8, с. 2].

Методы ЦГН, например, применимы по всем видам исследований культурных практик, по направлениям «soft media»: редакция, конструирование компьютерного дизайна, базы данных. Исследуемые базы

данных могут быть самыми различными: текстовые, библиотечные, мессенджеры, чаты, социальные сети, исследования социологические, этнографические, исторические, филологические и т.д.

Внутренними факторами ЦГН являются: цифровые технологии используются непосредственно и в комплексе как прикладные методические разработки для гуманитарных сфер.

Внешними факторами ЦГН являются: техническое использование цифровых технологий для создания и творчества – обмен данными, поисковые системы, цифровые библиотеки, музейные коллекции и т.д.

ЦГН сегодня имеют объективную базу прошлого. В XX веке было широкое применение исторических баз данных, стиховедения, стилометрии. Но именно цифровые, точные методы создали для гуманитариев новые возможности: доступность текстов (электронные варианты), автоматический анализ текстов, новые мощности в обработке и хранении информации, новые инструменты по работе с базами данных. ЦГН дает возможность создания интерактивных карт, создания своеобразных «социальных сетей» по эпистолярному жанру деятелей прошлого, конструирования 3D-моделей городов и целых цивилизаций древности и т.д.

ЦГН будет (и уже создает) современные востребованные и актуальные профессии: организаторы цифровых проектов, проектировщики и модераторы различных цифровых платформ – интеллектуальная робототехника, благотворительные программы, образовательные онлайн-ресурсы, обучающие игры, виртуальная адвокатура и т.д. [9, с. 1].

В современное время в гуманитарной сфере появились вызовы и прикладные задачи, которые требуют новые компетенции. И реализация их – это задача ЦГН. Появилось новое содержание, новые ресурсы, которые не могли быть реализованы на прежней технической базе: это создание исторических и текстовых баз данных, электронных библиотек (причем, с редкими, уникальными изданиями) с электронными разметками и новыми поисковыми возможностями, геоинформационных систем, которые позволяют визуализировано распределять географические данные, и т.д.

Какие компетенции должны быть востребованы в цифровой гуманитаристике, в ЦГН? Во-первых, и это главное – междисциплинарный подход. Историк должен разбираться (не только в основе), но и в специфических аспектах философии, социолог – психологии, и т.д. Во-вторых, ЦГН предполагают знания, умения применять навыки если не программирования, то хотя бы информатики. Например, создание веб-дизайна, понимание (чтение и трактовка) баз данных, обработка статистики, использовать мультимедийные материалы, метаданные, ГИС-источники, 3D-модели. Что касается знания математики, умения программировать, то нужно быть реалистами – для большинства гуманитариев это не представляется востребованным (мозги «заточены» на другое). Да к тому же, думается, это и совсем не обязательно. В настоящее время присутствуют различные программные продукты, которые решают необходимые задачи. И понятно, что таких программ будет все больше и больше [3, с. 4].

Уже в настоящее время в ЦГН применяется эффективный цифровой инструментарий:

1. Цифровизация данных (цифровой анализ и обработка данных).
2. Искусственный интеллект (ИИ) анализирует текст (часто применяется по коллекциям, массивным текстовым документам).
3. Географические информационные системы (данные геоинформатики).
4. Технологии больших баз данных (специфика в постоянной генерируемости объемов и различной структурированности, а также в репрезентативности анализа) [4, с. 2].

Конечно, надо понимать, что любые инструменты сами по себе не сделают исследование лучше. Их значимость определяется только исследователем, как он их отбирает, структурирует и применяет. Например, где есть возможность математического измерения (динамика населения, географические территории, экономические показатели), там применимость ЦГН непротиворечива. Но как применить измерения к сферам политики, культуры, идеологии? Вот здесь и первостепенна роль исследователя, уровень его аналитичности и объективности [6, с. 1-2].

По каким направлениям возможно развитие ЦГН:

1. Консервативное. Преподаватель использует в своей работе традиционные методы. ЦГН используются лишь частично как дополнения (как отмечалось выше, недоверие к «измерению неизмеримого»). Применяется для односложных заданий (написание списков библиотек, сайтов, каталогов). Новое качество в этом варианте труднодостижимо.

2. Междисциплинарное. Например, публикационная активность выражается современными цифровыми формами: использование онлайн-баз данных, веб-сайтов, VR (виртуальная реальность) и AR (дополненная реальность), 3D модели.

3. Командное. Преподаватель ведет роль лидера, организатора и привлекает специалистов различных профилей (аспиранты, магистры, студенты, волонтеры). Развитие ЦГН идет по диверсификации и не требует значительных затрат. Но предполагает постоянную регулирующую роль преподавателя.

4. Перспективное. Организации (вузы, лаборатории, исследовательские центры) создают автономные проекты, объединенные в кластеры, но в тоже время имеющие юридическую и финансовую самостоятельность. Это позволит концентрировать ресурсы и одновременно сформировать конкурентную среду. В этом варианте ЦГН привлекают смежные проекты – архивы, библиотеки, музеи, учитывая разнообразные цели и интересы. Это вариант максимального развития ЦГН. Вариант будущего [5, с. 3].

ЦГН можно и нужно использовать на практике, разрабатывая приложения, методы и технологии в заданных параметрах и стандартах: фактографические информационные системы и базы данных – для статистического анализа; полнотекстовые базы данных – для

текстологического исследования; тематические электронные ресурсы; электронные источники. Возможна разработка специализированных приложений: статистического, сетевого, пространственного анализа – например, географические информационные системы (ГИС) или виртуальной реконструкции и дополненной реальности по историко-культурным объектам.

Какие аспекты развития ЦГН перспективны:

- 1) большие массивы данных;
- 2) онлайн ресурсы, сервисы и платформы;
- 3) оцифровка документов, архивных источников и редких книг;
- 4) цифровой текстологический анализ;
- 5) 3D модели историко-культурных артефактов;
- 6) цифровые образовательные среды;
- 7) VR и AR в медийной, образовательной и культурной средах;
- 8) цифровые образовательные игры;
- 9) цифровая психология и эволюция человека;
- 10) искусственный интеллект и безопасность человека [7, с. 2-3].

Таким образом, развитие ЦГН позволит преподавателю, исследователю культуры позволит не просто получить новые возможности в своей деятельности, но и получить новое качество, сосредоточиться на творчестве.

Основная проблема на этом пути – подготовка кадров. Преподаватели, исследователи должны соответствовать новым вызовам, новым технологиям. А для этого надо учиться, повышать квалификацию. Причем, не эпизодически, а систематически.

Еще одна проблема – для реализации ЦГН необходима координация усилий органов власти всех уровней, от федеральных до местных.

Только при таком подходе возможно полноценное развитие ЦГН и достижение нового качества в образовании и культуре.

Список литературы

1. Антопольский, А. Б. Цифровые гуманитарные исследования : монография / А. Б. Антопольский. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2023. – 272 с.
2. Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании : сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Москва : Московский государственный психолого-педагогический университет, 2023. – 353 с.
3. В гуманитарных науках формируется новое направление исследований. – URL: <https://urgi.urfu.ru/ru/news/27981/> (дата обращения: 19.10.2023).
4. Как информационные технологии формируют будущее в гуманитарных исследованиях. – URL: <https://lala.lanbook.com/informacionnye-tekhnologii-formiruyut-budushchee-v-issledovaniyah> (дата обращения: 19.10.2023).
5. На распутье Digital Humanities. – URL: <https://sysblok.ru/metascience/na-raspute-digital-humanities/> (дата обращения: 19.10.2023).
6. О цифровых методах в гуманитарных науках. – URL: <https://nauchkor.ru/media/o-tsifrovyyh-metodah-v-gumanitarnyh-naukah-59a20ee95f1be71d54d9fb31> (дата обращения: 19.10.2023).
7. Применение цифровых технологий обучения дисциплинам гуманитарного цикла в профессиональном образовании. – URL: <https://research-journal.org/archive/7-109-2021->

july/primenenie-cifrovyyh-texnologiy-obucheniya-disciplinam-gumanitarnogo-tsikla-v-professionalnom-obrazovanii (дата обращения: 19.10.2023).

8. Digital Humanities: новая наука или конвергентные модели и практики глобального сетевого проекта. – URL: <https://discourse.etu.ru/assets/files/> (дата обращения: 19.10.2023).

9. Digital Humanities: проблемное поле и перспективы развития. – URL: <https://srjournal.ru/2018/id85/> (дата обращения: 19.10.2023).

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА

Т.С. Донникова, В.Е. Бобрышева

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: tatyanadonnikova@yandex.ru

e-mail: v.bobrysheva@yandex.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие финансовой грамотности, определяются основные причины низкого уровня финансовой грамотности населения, проводится ретроспективный анализ возникновения проблем финансовой грамотности. Авторами описываются основные навыки, которыми должен обладать человек в отношении реализации финансовых действий, а также затрагивается вопрос необходимости изменения личного мировоззрения индивида по вопросам осуществления различных экономических операций. Формирование финансовой грамотности является приоритетным направлением развития современного общества. Консолидация государственных и коммерческих структур по вопросам повышения финансовой грамотности населения – мощный инструмент формирования финансовой грамотности граждан, нацеленных на стабильное будущее.

Ключевые слова: финансовая грамотность, навык, мировоззрение, цифровизация экономики, цифровая грамотность.

FORMATION OF FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION AS A FACTOR IN IMPROVING THE QUALITY OF LIFE AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE

T.S. Donnikova, V.E. Bobrysheva

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: tatyanadonnikova@yandex.ru

e-mail: v.bobrysheva@yandex.ru

Abstract. This article examines the concept of financial literacy, identifies the main reasons for the low level of financial literacy of the population, and conducts a retrospective analysis of the nature of the problems of financial literacy. The authors describe the basic skills that a person should possess in relation to the implementation of financial actions, and also address the issue of the need to change an individual's personal worldview on the implementation of various economic transactions. The formation of financial literacy is a priority for the development of modern society. Consolidation of government and commercial structures on improving financial literacy of the population is a powerful lever for the formation of financial literacy of citizens aimed at a stable future.

Keywords: financial literacy, skill, worldview, digitalization of the economy, digital literacy.

На сегодняшний день проблема финансовой грамотности населения – многоаспектная и чрезвычайно актуальная тема. Тенденциями 2023 года стали ежедневные мошеннические действия в отношении огромного количества граждан, отсутствие избирательности и бдительности при выборе компании или банка для хранения своих сбережений, хаотичное обращение к ненадежным кредитным и микрофинансовым организациям и пр.

Финансовая грамотность населения – это понятие, которое предполагает понимание ключевых финансовых механизмов и использование этой информации для принятия разумных решений, способствующих экономической безопасности и благосостоянию людей [1]. Под финансовой грамотностью также подразумевается умение правильно распоряжаться собственными денежными средствами, при этом не тратить лишнего, а наоборот учиться приумножать уже существующее.

Средний уровень финансовой грамотности в России составляет 59,4%. При этом по СНГ этот показатель достигает 55,8%. Такие данные были озвучены на конференции Министерства финансов Российской Федерации с ОЭСР, посвященной цифровой трансформации финансовых услуг и мерам по повышению финансовой грамотности населения [2].

Стоит отметить, что финансовая грамотность – это не только ценный вклад в собственное развитие граждан, но и в развитие государства в целом, так как при низком уровне сформированности финансовых навыков ухудшается экономическое положение страны в различных отраслях. Поэтому внедрение комплексных способов повышения финансовой грамотности населения – одно из важных направлений, осуществляемое различными государственными органами.

Высокий уровень компетентности в области финансовой грамотности положительно сказывается не только на государственных и частных секторах, но и на эффективной работе всей экономической системе. Так, в частности, люди с высоким уровнем финансовой грамотности будут иметь точное представление о методах рационального распределения как личных имеющихся ресурсов и экономии собственного бюджета, способах его увеличения, так и иметь представления о механизмах формирования бюджета государства в целом, значимости налоговой политики, специфику работы банковской и кредитной систем, особенностях ключевых ставок и пр. Отсюда исходит и тот факт, что высокая осведомленность значительно сокращает потребность населения брать кредиты и микрозаймы, влезать в долговые ямы, что способствует сокращению разницы уровня жизни населения (нивелирует границы бедности).

На сегодняшний день по-прежнему большинство российских граждан получают теоретические знания в области финансов самостоятельно, посредством специализированных интернет-сайтов, телепередач, литературы, новостей, посещая курсы и тренинги, а опыт приобретают, к

сожалению, на собственных ошибках. Для того чтобы правильно распоряжаться своими денежными средствами, в первую очередь, важно понимать свое финансовое состояние и стабильность, которая стоит за ним. Например, если гражданин осознает, что не справляется со своими финансовыми трудностями в какой-то период своей жизни, он точно должен понимать какие меры могут способствовать тому, чтобы его положение могло улучшиться в кратчайшие сроки. При этом он не должен полагаться на сторонние компании, которые еще больше могут навредить ему и его финансовой безопасности.

Есть несколько основных причин, по которым финансовая грамотность населения продолжает быть на достаточно низком уровне, даже в то время, когда перечень механизмов рационального пользования финансовыми ресурсами достаточно широк. Среди таких причин можно выделить следующие:

1. Отказ от сбережений и отложенных средств. Многие люди до сих пор не осознают значимости копить и откладывать денежные средства, тем самым лишая себя необходимой подушки безопасности. Причины кроются в самых тривиальных вещах: нет возможности откладывать деньги, не хватает достаточно знаний, чтобы сделать это максимально грамотно и выгодно для себя.

2. Использование кредитных продуктов без должного осознания ответственности по погашению и обоснованной нужды в финансовых ресурсах. Практически 80% населения имеют у себя такие долговые обязательства, как: ипотеки, потребительские кредиты, займы, кредитные карты и т.д. Многие берут кредит, не рассчитав, какое количество денежных средств и под какой процент придется возвращать ежемесячно. Отсюда и исходит тот факт, что человек берет следующий кредит для погашения предыдущего, подвергаясь риску остаться в еще более тяжелой финансовой ситуации, тем самым обрекая себя в последующем на банкротство. Исключительно привлеченные денежные ресурсы не решают финансовые проблемы гражданина. В современном обществе уже абсолютной нормой становится то, что многие частные компании, которые в краткосрочный период предоставляют кредитный займ, делают это по чрезмерно завышенной ставке, что приводит к неизбежному финансовому краху потребителя данных услуг [3].

Сама проблема финансовой грамотности населения возникла достаточно давно, при смене экономического строя в девяностых годах прошлого столетия. Резкий переход к рыночной экономической системе, отсутствие простейших экономических знаний привели к тому, что население, в особенности молодое поколение, не умело правильно распоряжаться своими финансовыми ресурсами. Также в группе риска оказались люди пенсионного возраста, которые на протяжении долгого времени не могли определить как им воспользоваться пенсионными накоплениями, либо как сделать так, чтобы эти накопления начинали работать в положительной динамике [4].

На сегодняшний день молодежь представляет широкий пласт населения, кардинальным образом влияющий на общую статистику страны по финансовой грамотности. Так, общеизвестно, что основы финансовой компетентности закладываются именно в семье. Родители всегда стараются передать знания и опыт своим детям, но здесь возникает проблема отсутствия данных знаний, поскольку вопрос финансовой грамотности, механизмы и способы ее формирования стали актуальной проблемой лишь в последние годы, поэтому родители сами не всегда компетентны в отрасли финансов, и соответственно сформировать должный уровень финансовой грамотности посредством института семьи не представляется возможным. Также необходимо отметить, что молодое поколение не росло в трудной для всей страны финансовой ситуации (в периоды глобальных перестроек и кризисов), поэтому оно не знает настоящую ценность деньгам, и вообще предпочитает выбирать такие способы заработка и получения денежных средств, которые вытекают из максимально легкой и непринужденной деятельности. Многие молодые люди практически не отдают отчет тому, что деньги имеют огромную ценность и относятся к ним достаточно легкомысленно, тем самым подвергая себя трудностям со стороны внешнего мира.

Что же касается путей повышения финансового состояния населения, то на сегодняшний день можно рассмотреть довольно много специализированных механизмов. В первую очередь, принято считать, что увеличение знаний в области финансовой грамотности напрямую зависит от цифровых технологий. И это в настоящее время является неоспоримым фактом. Ведь большинство различных финансовых продуктов находит своего потребителя посредством компьютеров, телефонов и других цифровых устройств. Дело в том, что цифровые технологии уже давно не стоят на месте, а вместе с ними и экономическое развитие общества. Активное использование IT-технологий ведет к формированию глобальной виртуальной среды для всевозможных финансовых операций, в том числе платежных, сберегательных, инвестиционных, валютных и др. Быстро растет число транзакций, построенных на использовании альтернативных валют в рамках онлайн-платформ, широкое распространение получает совершенно новый тип проведения финансовых операций между устройствами без участия человека. При этом практически любая операция может осуществляться с помощью мобильного устройства.

Отсюда можно сделать вывод, что финансовая грамотность населения – это, в первую очередь, компетентность в области широко спектра цифровых технологий. Имея под рукой любое цифровое устройство, человек уже на несколько шагов ближе к повышению своей финансовой грамотности, чем тот человек, у которого этого устройства не будет. Цифровизация современной экономики – основная тенденция развития общественных отношений во всех сферах жизнедеятельности.

В современном обществе принято выделять пять основных финансовых навыков, которые могут помочь обычному человеку не потерять собственные

денежные средства и всегда уметь ими грамотно распоряжаться. Среди них выделяют:

1. Навык планирования финансовых потоков. Только рациональное распределение собственного бюджета даже на краткосрочный период (например, на такой промежуток времени, как месяц), человек уже заведомо может понимать свое финансовое состояние на ближайшее время и точно не допустит никаких ошибок в его реализации.

2. Навык привлечения дополнительных источников доходов. В современной экономической ситуации последней тенденцией стало помимо основной работы иметь дополнительные источники дохода, тем самым происходит трудоустройство на дополнительную работу. Благодаря дополнительным источникам дохода население имеет возможность не только сокращения имеющихся расходов, но и возможность создания некой подушки безопасности из дополнительно вырученных средств.

3. Навык рационального отношения к собственным финансам. Данный навык предполагает изменение мировоззрения индивида в отношении своих финансовых ресурсов. Чаще всего именно от отношения человека к собственным деньгам и выстраивается тот уровень финансовой грамотности, о котором принято говорить. Научившись ценить свое время и деньги, рационально распределять имеющиеся ресурсы, человек способен достичь большей личной экономической эффективности.

4. Навык грамотного взаимодействия с финансовыми организациями. Добиться успеха и богатства практически невозможно без сотрудничества с банками, страховщиками, брокерами и прочими компаниями, но важно научиться применять предлагаемые ими инструменты, чтобы управлять финансами и накоплениями, а также приумножать капитал.

5. Навык инвестирования. Знание механизмов инвестирования на сегодняшний день – это отличный способ обеспечить себе полноценное и стабильное будущее, даже в сложные времена [5].

Соблюдая небольшой ряд правил, в действительности, возможно выйти на новый уровень в отношении собственного финансового положения за короткий промежуток времени.

Исходя из вышесказанного, хотелось бы добавить, что финансовая грамотность на сегодняшний день населением также ценится достаточно высоко. Имея хотя бы базовый набор понятий о навыках повышения своей финансовой грамотности, человек может обеспечить себе не только стабильное и прибыльное ближайшее будущее, но и заранее позаботиться о собственной пенсии и обеспечить себе финансово стабильную старость.

Очевидно, что финансовая грамотность населения – это важный элемент жизни в системе современного общества, который сегодня рассматривается как необходимый навык жизнедеятельности человека. Повышению финансовой грамотности населения уделяется пристальное внимание различных государственных органов. В Российской Федерации на уровне государства утверждена Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года, целью

которой является повышение уровня финансовой грамотности и финансовой культуры, которые будут способствовать обеспечению финансового благополучия граждан, осознанного использования ими финансовых продуктов и услуг, разумного принятия финансовых решений, инвестирования и управления рисками, а также обеспечивать устойчивое повышение качества и уровня жизни. В связи с этим, например, начиная со средних общеобразовательных школ и до ступени высшего образования, вводятся различные дисциплины и модули в образовательный процесс для формирования навыков финансовой грамотности молодого поколения.

Вопросы финансовой грамотности освещаются не только государственными структурами, но и коммерческими организациями. Так, например, ПАО «Сбербанк России» реализует собственные проекты по повышению финансовой грамотности населения, среди которых существуют проекты для детей и школьников (Мобильное приложение СберKids, «СберКот» Вконтакте, Подкаст для детей «Петя и СберКот»), для родителей и учителей (канал «Счастливым родителем», цифровая платформа «СберКласс»), для инвалидов и людей с ОВЗ (приложение «#ФинансыДосупно», программа для воспитанников детских домов), для граждан всех категорий (портал СберСовет, портал «Активный возраст», портал «Инвестиции. Доходчиво», обучающий курс «Безопасность для всех», курсы финансовой грамотности в СберУниверситете, Канал на Яндекс.Дзене), для предпринимателей (платформа знаний и сервисов для бизнеса Dasreda.ru «Деловая среда»).

Таким образом, формирование финансовой грамотности является приоритетным направлением развития современного общества. Консолидация государственных и коммерческих структур по вопросам повышения финансовой грамотности – мощный рычаг формирования финансовой компетентности граждан, нацеленных на стабильное и уверенное финансовое будущее. С другой стороны, необходима личная трансформация мировоззрения человека в отношении получения навыков финансовой грамотности и их применения в сегодняшнем экономическом пространстве. Поскольку лишь личное осознание гражданина необходимости грамотного, рационального распределения имеющихся ресурсов сегодня будет способствовать благополучию, стабильности и процветанию не только в ближайшем будущем, но и на долгосрочную перспективу. А, как известно, от личного благосостояния гражданина зависит успешная экономика всего государства.

Список литературы

1. Исследование уровня финансовой грамотности России: статистика. – URL: https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_4/ (дата обращения: 11.12.2023).
2. Признаки финансовой грамотности населения. – URL: https://www.b17.ru/blog/signs_of_financial_literacy/ (дата обращения: 10.12.2023).
3. Финансовая грамотность населения: проблемы и пути решения. – URL: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2022/12/29/proekt-finansovaya-gramotnost-naseleniya-problemy-i-puti-resheniya> (дата обращения: 11.12.2023).

4. Финансовая грамотность: принципы и навыки. – URL: <https://gb.ru/blog/finansovaya-gramotnost/> (дата обращения: 12.12.2023).
5. Финансовая культура // Банк России – статья. – URL: <https://fincult.info/> (дата обращения: 12.12.2023).

ВЛИЯНИЕ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАН

Т.С. Донникова, Е.А. Дмитренко
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: tatyanadonnikova@yandex.ru
e-mail: caterina-dmitrenco@yandex.ru

Аннотация. Научная статья посвящена изучению влияния развития сферы культуры на экономику стран. В статье анализируется взаимосвязь между культурными отраслями и ключевыми экономическими показателями. На основе статистических данных обосновывается роль культуры в развитии гастрономического туризма, формировании интереса к стране через кинематограф, влияние количества культурных памятников на увеличение туристического потока, а также сопоставляется число туристических направлений и полученный доход в этой отрасли. В рамках исследования составлен рейтинг стран-лидеров на основе таких культурных явлений, как национальная кухня, киноиндустрия, объекты культурного наследия, доход от международного туризма. В заключении статьи делаются выводы о том, что сфера культуры напрямую влияет на экономическое развитие государства.

Ключевые слова: культура, экономика, доход, прибыль, туризм, киноиндустрия, культурное наследие.

THE IMPACT OF THE CULTURAL SPHERE ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF COUNTRIES

T.S. Donnikova, E.A. Dmitrenko
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: tatyanadonnikova@yandex.ru
e-mail: caterina-dmitrenco@yandex.ru

Abstract. The scientific article is devoted to the study of the impact of the development of the cultural sphere on the economies of countries. The article analyzes the relationship between cultural industries and key economic indicators. Based on statistical data, the role of culture in the development of gastronomic tourism, the formation of interest in the country through cinema, the influence of the number of cultural monuments on the increase in tourist flow is substantiated, and the number of tourist destinations and the income received in this industry are compared. As part of the study, a ranking of the leading countries was compiled based on such cultural phenomena as national cuisine, the film industry, cultural heritage sites, and income from international tourism. In conclusion, the article concludes that the sphere of culture directly affects the economic development of the state.

Keywords: culture, economy, income, profit, tourism, film industry, cultural heritage.

Отрасль культуры является одной из сфер социального сектора экономики. Общемировой тенденцией последних десятилетий становится

поиск новых векторов развития экономики, переход от производственно-добывающего типа существования экономических систем к человекообразующей, креативной экономике. В связи с этим отрасль культуры стала рассматриваться как один из ключевых факторов социально-экономического развития территорий. На сегодняшний день феномен культуры – многофакторен и разнообразен, и в настоящее время означает не только художественное производство, но особую сферу общественной жизни, включающую государственную политику, градостроение, самоидентификацию и много другое.

Латинское слово «культура» пришло к нам из древнего Рима и впервые упоминается в трактате «О сельском хозяйстве» Марком Порцием Катонем Старшим. В своем труде он наделяет термин утилитарным значением и относит понятие «культура» к земледелию, определяя как возделывание, обрабатывание земли. В первоначальном представлении культура является примером сотрудничества человека и природы.

С течением развития науки и технологий меняется и сущность понимания культуры, соответственно появляются новые трактовки данного феномена. Остановимся на наиболее распространенных и актуальных дефинициях в рамках рассматриваемой темы:

1. Культура – это продукт человеческой деятельности, включая все возможные ее виды и формы, начиная от произведений искусства и вероисповедания и заканчивая научными открытиями и политической идеологией.

2. Культура – это результат этнического и исторического развития, обусловленная проживанием на определенной территории. Культура несет в себе наследие предыдущих поколений и в нее входят все формы искусства, произведенные людьми, включая живопись, скульптуру, литературу, музыку и многое другое.

Данные формулировки дополняют друг друга, давая нам более широкое понимание термина. Иными словами, культура – это всё, что способен создать человек, вкладывая в свои произведения определенный смысл, который в свою очередь заложен в нем самом предыдущими поколениями, культура – это синтез духовного и материального.

В 80-х годах прошлого века историк Пьер Нора разработал концепцию «мест памяти», заключающуюся в единстве духовного и материального, которое с течением времени становится национальной памятью. По его определению, культурные памятники являются местами национальной памяти, тем самым связывая физическое и идейное воплощение культуры поколений. Со слов самого Нора: «Игра памяти и истории формирует места памяти, взаимодействие данных двух факторов приводит к их определению друг через друга» [2]. Также по поводу подобных памятников, но уже в более широком смысле высказывался историк Дмитрий Сергеевич Лихачев: «Они прививают любовь к родине и к человечеству, воспитывают уважение к предкам и потомкам, знакомят с историей и культурой других народов через туризм и разнообразные средства современной информации, укрепляют

человека во времени и историческом процессе и тем самым развивают его чувство ответственности перед собственным прошлым и будущим поколениями. Чувство истории и ответственности каждого перед историей воспитывают в людях высшую форму социальности». [1].

Отраслями, из которых состоит сфера культуры, принято считать литературу, изобразительное искусство, музыку, театр, кино и прочие виды аудиовизуального искусства. Однако, далеко не всегда в исследованиях уделяется должное внимание и определяется значение влияние сферы культуры на экономику.

Слово «экономика» также пришло к нам из латинского языка и переводится как «правила ведения домашнего хозяйства» [3]. Впервые это понятие появилось в труде «Искусство ведения домашнего хозяйства» древнегреческого философа Ксенофонта. В своем трактате он определял экономику как ведение хозяйственной деятельности, направленной на обогащение.

Категория «экономика» проделала значительный путь сквозь века, видоизменяясь и дойдя до наших дней как определение деятельности, направленной на производство, распределение, обмен и потребление товаров и услуг, направленных на обеспечение жизнедеятельности людей, предприятий, государств. С течением времени её предмет все более сосредотачивался на социально-экономических отношениях, складывающихся между людьми в процессе производства и потребления благ и услуг.

Очевидно можно заметить общие языковые корни происхождения культуры и экономики и одну сферу, в которой они впервые упоминались – сельское хозяйство. Но как они связаны между собой в современном мире, и каким образом культура способна влиять на экономику – вопрос, который является актуальным в настоящее время.

Рассмотрим влияние культуры на экономику в масштабе различных государств, проведя сопоставительный анализ. Как нам уже известно, культура включает в себя все виды результатов человеческого труда, созданные в ходе этнического и исторического развития. В рамках анализа выбрано несколько наиболее влиятельных культурных категорий: национальная кухня, кинематограф и культурные достопримечательности (музеи, заповедники, дворцы и прочие исторически и национально значимые объекты).

Национальная кухня. На формирование национальной кухни значительное влияние оказывает климат, в котором географически расположена определенная страна, а также экономическое положение страны во временном отрезке, в котором зарождалось то или иное блюдо. Так, например, к национальным блюдам Японии относятся унаги-кабаяки, тьяван-муси, оконотомияки и прочие. Почти все их объединяет наличие морепродуктов как основного ингредиента. Это объясняется тем, что со всех сторон Японские острова омываются Тихим океаном, Охотским, Японским и

Восточно-Китайским морями, а обильное таяние горных снегов образуют множество пресных водоемов.

В Италии же национальными блюдами считается хлебный торт торта ди панэ, суп риболлита, луковая закуска, макаронный омлет и так далее. Все эти блюда объединяет малое количество ингредиентов и мучные изделия, зачастую, макароны, в основе рецептуры блюда. Это объясняется тем, что в античные времена процент бедного населения был крайне велик. Во время готовки в ход шло все, что было доступным и оказывалось под рукой: бобы, паста, овощи. Именно эти факторы повлияли на формирование основного пласта итальянской кухни.

Изучая туристические потребности, исследователи пришли к выводу, что многие люди готовы посетить определенную страну только с целью попробовать аутентичную национальную кухню, приготовленную местными жителями. Для данного вида туризма существует отдельный термин – гастрономический туризм. Гастрономический туризм – это путешествие с целью изучить культуру национальной кухни той или иной страны. Впервые этот термин ввел в 2001 году Эрик Вульф, основатель и президент ассоциации кулинарного туризма.

Так, на примере Италии, можно увидеть, что доход от гастрономического туризма в 2010 году составил 1,3 трлн. долларов США. Эти данные предоставил генеральный секретарь Всемирной Туристической Организации Талеб Рифаи. В сфере гастротуризма по итогам 2020 года были созданы 235 млн. рабочих мест, что значительно повлияло на экономику страны.

Компания по сбору данных «YouGov» предоставила рейтинг стран с наиболее привлекающей туристов кухней. Эти данные приведены в таблице 1.

Таблица 1

Страны-лидеры гастрономического туризма

Страна	Процент опрошенных граждан других стран, желающих посетить страну из-за национальной кухни
Италия	84
Китай	78
Япония	71
Таиланд	70
Франция	70

Таким образом, становится очевидным, что национальная культура, воплощённая в кулинарной традиции, является важным фактором развития не только сферы туризма путем привлечения большого числа экономических агентов, но и в целом всей национальной экономики.

Кинематограф. Несомненно, неповторимый стиль фильма складывается из замысла режиссера и воплощения персонажей актерами, однако даже в очень зависимой от личности создателя отрасли, прослеживается культурное наследие определенной страны.

Например, британское кино славится своим «английским юмором», который отличается утонченностью, обходящей непристойные темы. Диалоги в британских фильмах наполнены присущей англичанам формальностью, развитие действия нерасторопно, а события фильма обычно разворачиваются на серых улицах Лондона. Данная тенденция связана с монархическим устройством страны, в котором первоочередное место отводится этикету.

Американские кинокомпании также часто обращаются к своей культуре при создании фильмов. Существует отдельный жанр для подобного рода кино – вестерн. Вестерн – это фильм, главными героями которого являются первые переселенцы на дикий запад, ковбои и золотоискатели. Выбор данных сюжетов для этих кинолент обусловлен рефлексией по поводу освоения переселенцами Америки, многочисленных войн с коренными народами, последствий золотой лихорадки и прочих аспектов исконно американской культуры.

Многие зрители, не посещающие определенной страны, но интересующиеся ее культурой, отдают предпочтение фильмам с событиями, основанными на их истории или разворачивающимися в данных странах. Так, к примеру, фильм «Мстители: Финал», насыщенный американской культурой, собрал в прокате и принес американской студии «Marvel» 2,79 миллиарда долларов США. Налоговый сбор с этих средств пошел на развитие экономики страны.

Кроме того, во многих странах на основе популярных кинофраншиз открывают тематические парки и арт-объекты. Например, «Волшебный мир Гарри Поттера» в США, «Мир Марио» в Японии, «Диснейленд» в США, Франции, Японии. Фанаты киновселенных со всего мира тратят тысячи долларов на перелет, отели и мерчендайз в тематических парках развлечений. По отчетам компании «Walt Disney» одно только американское подразделение «Диснейленда» за 2023 год принесло 470 миллионов долларов США.

Проанализировав данные, предоставленные компанией «The numbers», было рассмотрено количество фильмов, выпущенных за 2019 год, а также общие сборы в мировом сообществе. Можно составить следующий рейтинг пяти наиболее успешных стран в киноиндустрии. Эти данные приведены в таблице 2.

Таблица 2

Страны-лидеры в отрасли киноиндустрии

Страна	Количество вышедших фильмов в 2019 году	Сборы в 2019 году в миллиардах долларов США
США	1752	26,6
Великобритания	364	1,9
Китай	310	6,8
Франция	278	0,7
Индия	270	0,15

Становится очевидным, что развитие отрасли киноиндустрии значительно влияет на экономическую составляющую государства.

Культурные достопримечательности. Культурными достопримечательностями являются объекты культурного и исторического наследия, несущие в себе культурную или архитектурную ценность. К ним относятся произведения живописи, скульптуры, объекты археологического наследия, градостроительства, этнологии и так далее.

Наибольшее количество объектов всемирного наследия ЮНЕСКО находится в Китае. Например, Храм неба, Заповедник Хуанлун, Храмовый комплекс Цяньфодун, Терракотовое войско и многие другие памятники истории и культуры. Однако, одним из самых выдающихся объектов культурного наследия с архитектурной и исторической точки зрения является Великая Китайская Стена, основанная в третьем веке до нашей эры. Ежегодно посещаемость данного памятника национального наследия составляет более 10 миллионов туристов. Впервые такой поток посетителей был зафиксирован в 2010 году и продолжается до сих пор.

Также, огромное количество культурных памятников находится на территории Франции. К ним относятся Версаль, Крепость Каркасон, Шартский собор, Буржский собор, Пон-дю-Гар, Эйфелева башня и прочие. В одном только музее Лувра содержится более 380 тысяч произведений искусства. Ежедневно залы древнего дворца принимают 15 тысяч посетителей. В 2022 году Лувр посетило 8,5 миллионов человек, что принесло музею прибыль в размере 42 миллионов евро. Однако, данная статистика не достигает рекордного количества посетителей, установленного в 2018 году – более 10 миллионов человек.

Проанализировав данные специализированного учреждения ЮНЕСКО по вопросам образования, науки и культуры, включающего достопримечательности в список Всемирного наследия, был составлен рейтинг стран по количеству культурных объектов. Эти данные приведены в таблице 3.

Таблица 3

Страны-лидеры по количеству объектов культурного наследия	
Страна	Количество объектов культурного наследия ЮНЕСКО
Китай	55
Италия	55
Испания	48
Германия	46
Франция	45

Но, пожалуй, самый информативный способ оценки влияния культуры на экономику – это анализ туристического потока определенной страны. Для понимания, насколько культура страны повлияла на выбор туристов для посещения того или иного государства, были проанализированы данные сайта «World Bank» и изучены доходы от туризма за 2018 год, а также

приведено сопоставление количества туристических направлений в стране. Эти данные отражены в таблице 4.

Таблица 4

Страны-лидеры по доходу от международного туризма

Страна	Доход от международного туризма в миллиардах долларов США	Количество туристических направлений
США	256	4
Китай	122,6	2
Испания	81,2	1
Франция	73,1	1
Италия	51,6	2

Проанализировав данные всех четырех таблиц, которые отображают различные культурные явления (национальная кухня, киноиндустрия, объекты культурного наследия, доход от международного туризма) можно отметить следующую последовательность: наиболее часто в рейтинге фигурируют следующие страны: Франция – четыре раза, Китай – четыре раза, Италия – три раза, США – два раза, Испания – два раза; Германия, Индия, Таиланд, Япония и Великобритания – один раз. При этом, Китай оказался в Топ-3 стран среди всех четырех рейтингов, а также занимает первое место в рейтинге по количеству культурных достопримечательностей по данным ЮНЕСКО.

Таким образом, можно сделать вывод, что уровню развития сферы культуры страны должно уделяться пристальное внимание различных государственных и частных институтов, поскольку от эффективности функционирования сферы культуры наблюдается прямое влияние на увеличение туристического потока и дохода в различных отраслях, что, в свою очередь, вносит колоссальный вклад в экономическое развитие государства в целом.

Список литературы

1. Лихачев, Д. С. Восстановление памятников культуры (проблемы реставрации) / Д. С. Лихачев. – Москва : Искусство, 1981. – 232 с.
2. Нора, П. Франция – память / П. Нора ; пер. с фр. Д. Хапаевой. – Санкт-Петербург : Нева, 2019. – 328 с.
3. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

СПЕЦИФИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНОМ КОНТЕКСТЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА

Т.С. Донникова, А.Д. Егорова
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: tatyanaadonnikova@yandex.ru
e-mail: kornienko504ad@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена проблеме трансформации потребления в условиях повсеместного распространения новейших информационно-технологических средств. В ходе исследования была рассмотрена контекстная реклама как одна из смысловых доминант виртуально-сетевых структур. Также был рассмотрен глобальный поворот к осознанному потреблению, инициированный виртуальными площадками продаж и дарообмена бывших в употреблении вещей. В статье делается вывод о том, что Интернет-пространство не только копирует механизмы потребления реального мира, но и катализирует их. В частности, сфера Интернет-рекламы в виртуальной сфере развивается более активно, чем в реальной. Более того, интернет-пространство формирует глобальные тренды, сказывающиеся на культуре потребления во всем мире.

Ключевые слова: интернет-потребление, трансформация потребления, контекстная реклама, осознанное потребление, дарообмен.

THE SPECIFICS OF CONSUMPTION IN THE INFORMATION AND MEDIA CONTEXT OF THE INTERNET SPACE

T.S. Donnikova, A.D. Egorova
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: tatyanaadonnikova@yandex.ru
e-mail: kornienko504ad@gmail.com

Abstract. The article is devoted to the problem of transformation of consumption in conditions of widespread dissemination of the latest information technology tools. In the course of the study, contextual advertising was considered as one of the semantic dominants of virtual network structures. The global turn towards conscious consumption initiated by virtual sales platforms and gift exchanges of used items was also considered. The article concludes that the Internet space not only copies the mechanisms of consumption of the real world, but also catalyzes them. In particular, the field of online advertising in the virtual sphere is developing more actively than in the real one. Moreover, the Internet space is shaping global trends that affect consumer culture around the world.

Keywords: Internet consumption, transformation of consumption, contextual advertising, conscious consumption, gift exchange.

Появление современных информационно-технологических средств существенно плюрализирует форматы информационно-экономической коммуникации. Привычные виды взаимодействий (B2C – бизнес для потребителя, B2B – бизнес для бизнеса, C2C – потребитель для другого потребителя) в двадцать первом веке уже невозможно представить без программно-технологических решений, электронной коммерции. Все это

позволяет говорить о новом виде потребления, новом потребительском опыте.

Чрезвычайно актуальной проблема интернет-потребления становится в последние годы, когда экономическая сфера деятельности активно развивается в интернет-пространстве в виде различных форм монетизации контента. Изменения также затрагивают повседневный потребительский опыт, который может быть изучен как с помощью познавательных ресурсов экономической науки, так и с помощью культурно-антропологической оптики. Междисциплинарный характер проблемы современного потребления дает нам право на различные интерпретации рассматриваемых явлений. Таким образом, исследование потребления в интернет-пространстве представляется нам важной и многоаспектной задачей. Ее решение призвано детализировать наши знания об экономических аспектах функционирования Всемирной Сети.

Интернет в настоящее время прошел несколько этапов в своем развитии. Выполняя функции поисково-информационной системы, он оказывал влияние на функционирование передовой науки, современного массового искусства и т.д. Однако ранее влияние это не было определяющим и всеобъемлющим. Сейчас же интернет, имеющий концептуальное название «Web 3.0», обладает совершенно другим функционалом и выполняет иные задачи. Приобретя миллиарды пользователей, Интернет стал зоной взаимодействия государственных и частных экономических интересов. В настоящее время пользовательский пул Интернета – это огромный источник потребителей, потенциальных клиентов для коммерческих предприятий: от продавцов изделий мелкосерийного производства до крупнейших коммерческих гигантов. Доказательством этому служат расходы на демонстрацию интернет-рекламы.

Показательно, что в России в 2018 году расходы рекламодателей на Интернет впервые обогнали расходы на телевидение [4]. При нынешнем тренде вполне закономерно можно сделать прогноз о том, что интернет-реклама в скором времени будет занимать всю большую долю рынка, постепенно вытесняя остальные виды. Изменение обозначенных пропорций напрямую зависит от пропорции времени, которое потребитель тратит в Сети и реальной жизни. Уже в настоящее время можно заключить следующее: для подростка, проводящего большую часть жизни в интернет-пространстве, соприкосновение с рекламным контентом возможно только на виртуальных площадках.

Тенденцией последнего десятилетия становится вымещение реального пространства и замещение его виртуальным Интернет-пространством, во многом копируя те механизмы, которые воздействуют на психологию потребителя в реальном мире. Так, в розничной торговле принято располагать поблизости товары, дополняющие друг друга: телефоны и чехлы для телефонов, табак и зажигалки, овощи и фрукты. В торговых центрах, как правило, рядом располагаются магазины одних категорий: детские, обувные, магазины товаров для дома и т.д. Похожим образом организуется и

Интернет-торговля. Посетителю сайта предлагается релевантный товар, т.е. близкий по тематике к содержанию интернет-страницы. Более того, сведения о посещаемых страницах могут сохраняться, накапливаться и анализироваться для демонстрации наиболее подходящих коммерческих предложений.

Данный механизм Интернет-маркетинга называется «контекстной рекламой». Контекстная реклама – вид Интернет-рекламы, содержание которой формируется в зависимости от контекста страницы сайта, на которой она находится [3]. Контекстная реклама в виде рекламных блоков или ссылок преобразует интернет-страницу в витрину, формирует видение товаров как некой цепи, которая связывает похожие предложения. Об этом феномене пишет Ж. Бодрийяр, применительно к потреблению в реальном пространстве: «Витрина, рекламное объявление навязывают тем самым связанное, групповое видение предметов как почти неразделимого целого, как цепи, которая в таком случае не является больше рядом простых предметов, но сцеплением значащих предметов в той мере, в какой они обозначают один другого в качестве суперпредмета, комплексного и вовлекающего потребителя в серию усложненных мотиваций. Видно, что предметы никогда не предлагаются потребителю в абсолютном беспорядке, но всегда они располагаются в определенном порядке, чтобы проложить главные пути с целью ориентировать покупательский импульс в сети предметов. Одежда, приборы, предметы туалета составляют, таким образом, последовательность предметов, которые вызывают у потребителя инерционное принуждение: он пойдет последовательно от предмета к предмету» [1, с. 8].

На потребление в Сети влияет такая неизменная черта Интернета, как глобальность. Е.Ю. Журавлева пишет: «Сетевые структуры обеспечивают глобализацию капитала и децентрализацию производства и труда. Образуется всемирное информационно-финансовое пространство» [2, с. 67]. Децентрализация производства проявляется в том, что работники, создающие один продукт, могут находиться в разных населенных пунктах или даже странах. Так, многие создатели операционной системы Линукс (Linux) не видели друг друга в лицо [2, с. 86].

Вслед за информационной глобализацией происходит аналогичный процесс в области логистики. Доставка товаров из Китая и стран СНГ стала неотъемлемой частью потребительского опыта покупателя, при этом Интернет-заказ можно совершить непосредственно у производителя товара, находясь на другом континенте.

Еще одной глобальной тенденцией последних лет, связанной с развитием потребления в Интернет-пространстве, является возрастающая популярность маркетплейсов. Маркетплейс представляет собой крупную торговую интернет-площадку, на которой онлайн можно приобрести необходимые товары в одном месте у различных продавцов. Маркетплейс – своеобразный посредник между продавцами и покупателями. К наиболее популярным маркетплейсам, действующим на территории России, относят Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, СберМегаМаркет и AliExpress.

Сказав про новшества, касающиеся взаимодействия компаний и потребителей (B2C), необходимо также затронуть аспекты, снижающие роль коммерческих предприятий. На просторах Интернета мы наблюдаем трансформацию рынка: огромное количество продуктов интеллектуального труда можно получить бесплатно, также в свободном доступе находятся автоматические услуги (редактирование, конвертация, генерация), кроме того в Сети устраняется посредник между продавцом и покупателем, тем самым снижаются транзакционные издержки.

В последнее время можно заметить возрастающую популярность электронных досок объявлений (Юла, Avito) и интернет-аукционов (eBay), предназначенных для произведения торговых сделок между пользователями. Таким образом, взаимодействие двух потребителей (C2C) благодаря появлению современных информационных средств и технологий стало занимать значительную нишу в общей картине экономической жизни общества.

Описанный выше процесс находит параллель в виде ценностно-потребительской трансформации. Основатель теории постматериалистического сдвига в западных индустриальных обществах Р. Инглхарт полагает, что с ростом и развитием экономики меняется ценностная структура: постматериалистические ценности (чистый воздух, социальная справедливость) начинают играть большую роль, чем материалистические (квартиры, машины, дачи) [5, с. 88]. Культ потребления ослабевает. Признаки этого явления мы видим во Всемирной сети: увеличивается сектор неформальной экономики, развиваются сообщества онлайн-дарообмена.

Онлайн-дарообмен значительно выигрывает у оффлайн-дарообмена по количеству потенциальных участников и территориальному охвату. Систематически на Интернет-платформах дарообменных ресурсов происходит значительный прирост участников. Например, по данным одного из крупных русскоязычных сообществ дарообмена (darudar.org), ежегодно его численность увеличивается почти вдвое [5, с. 89].

Таким образом, мы являемся свидетелями естественного распространения практики разумного перераспределения ресурсов путем введения вещей во вторичный оборот. Такая практика идет в разрез с логикой ониомании (покупки ради покупки, удовольствие от процесса приобретения), вещиизма, доминирующих в индустриальных обществах XX века.

В новых информационно-экономических реалиях Интернета, когда многие продукты интеллектуального труда находятся в свободном доступе, а материальные товары обмениваются и продаются без посредников, меняется подход к потребителю. Огромное значение в Интернете приобретает человеческое внимание, которое монетизируется через разнообразные виды рекламы и, в частности, через контекстную рекламу, о которой было сказано ранее. Говоря о ценности внимания применительно к интернет-пространству, необходимо упомянуть такое явление, как перманентное частичное внимание

[7]. Развивается так называемая «баннерная слепота» – явление, при котором посетители сайтов не замечают рекламные блоки (баннеры) или объекты, похожие на них. Вышеперечисленные особенности современных пользователей ставят перед Интернет-рекламой дополнительные задачи удержания интереса к определенному рекламному контенту.

Реклама, располагающаяся практически на всех Интернет-ресурсах, является одной из смысловых доминант виртуального пространства Интернета: во-первых, потому что он производит виртуальные образы воображаемого, мечты; во-вторых, потому что реклама является константным, повсеместно присутствующим в Интернете явлением: «Рекламно-медийный дискурс представляет собой “сквозной” дискурс интернета» [8, с. 121]. Также важнейшую роль рекламы можно определить в том, что она «является горючим современных глобальных медийных ресурсов» [6, с. 66].

Электронная коммерция, как и традиционная, использует большой спектр как законных, так и незаконных методов продаж. Широкое распространение получила экономическая преступность в электронной среде, которая обладает признаками, общими для всех видов экономических преступлений [9, с. 239]. В связи с Интернет-потреблением необходимо упомянуть также феномен интернет-мошенничества. Физическое отсутствие продавца и возможность создания множества аккаунтов позволяют вводить в заблуждение огромное множество потребителей. Кроме того, существует возможность взлома аккаунтов и хищения личных данных с целью использования в мошеннических целях, продажи третьим лицам или с целью вымогательства. Эти явления можно считать неизбежными издержками переноса экономических практик реального мира в виртуальную сферу, в которой при многих сходствах ослаблены механизмы юридического контроля. В связи с этим интернет-мошенничество представляет собой угрозу, вынуждающую к поискам новых законодательных способов упорядочивания деятельности экономических агентов.

Таким образом, становится очевидным, что Интернет-пространство не только копирует механизмы потребления реального мира (офлайн-продаж), но и катализирует их. В частности, подобные механизмы можно наблюдать на примере сферы Интернет-рекламы, которая в виртуальной среде развивается более активно, чем в реальной. Кроме того, Интернет-пространство формирует глобальные тренды, сказывающиеся на культуре потребления во всем мире. Масштабный поворот к осознанному и экологическому потреблению осуществлен именно с помощью Интернета, а точнее с помощью отдельных Интернет-ресурсов, специализирующихся на обмене товаров. Едва ли можно представить этот обмен в нынешних масштабах без технических, информационных возможностей, предлагаемых Интернет-пространством. Совершенно точно можно предположить, что Интернет и дальше будет предлагать все новые механизмы монетизации виртуального контента и новые тренды в сфере потребления. Потенциальное многообразие будущих практик экономического взаимодействия во

Всемирной Сети открывает новые горизонты для последующих исследований.

Список литературы

1. Бодрийяр, Ж. Общество Потребления / Ж. Бодрийяр. – Москва : Республика, 2006. – 272 с.
2. Журавлева, Е. Ю. Глобальная информационная компьютерная сеть Интернет: проблемы становления и развития (социально-философский анализ) : специальность 09.00.08 «Философия науки и техники» : дис. ... канд. филос. наук / Елена Юрьевна Журавлева ; ВГПУ. – Вологда, 2002. – 143 с.
3. Контекстная реклама // Словарь терминов Seopult.ru/library. – URL: [https://seopult.ru/library/Контекстная реклама](https://seopult.ru/library/Контекстная%20реклама) (дата обращения: 10.12.2023).
4. Объем рекламного рынка по типам контента в 2018 году. – URL: http://www.akarussia.ru/press_centre/news/id8678 (дата обращения: 10.12.2023).
5. Полухина, Е. В. От избыточного потребления к устойчивому: феномен онлайн-дарообмена / Е. В. Полухина, А. В. Стрельникова // Лабиринт : Журнал социально-гуманитарных исследований. – 2014. – № 2. – С. 87-96.
6. Семенов, Н. Б. Реклама в виртуальном пространстве социальных сетей / Н. Б. Семенов // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 9. – С. 64-66.
7. Скрипников, С. Связанные Сетью 2.0 / С. Скрипников // Эксперт. – 2006. – № 39. – С. 42-48.
8. Черняков, А. Н. Интернет-дискурс в современных культурно-информационных коммуникациях: методологические проблемы : специальность 09.00.13 «Философская антропология» : дис. ... канд. филос. наук / Алексей Николаевич Черняков ; БГИИК. – Белгород, 2009. – 146 с.
9. Чупрова, А. Ю. Электронная коммерция как вид экономической преступности / А. Ю. Чупрова, Б. В. Яценко // Юридическая наука и практика : Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2017. – № 3 (39). – С. 239-243.

ДИЗАЙН КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Т.С. Донникова, А.А. Осипова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: tatyana.donnikova@yandex.ru

e-mail: bonkmech@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается влияние дизайна на экономику, аргументируется его роль в формировании потребительского спроса и конкурентоспособности продукции. В рамках исследования проанализированы успешные примеры использования инструментов дизайна в бизнесе, а также определена необходимость создания уникального бренд-образа. В работе особое внимание уделяется дизайну как способу решения различных экономических задач, таких как увеличение объемов продаж и стимулирование инноваций. В заключении статьи представлены выводы о том, что дизайн играет ключевую роль в современной экономике, являясь стратегическим инструментом для достижения успеха на рынке.

Ключевые слова: дизайн, экономика, товар, бренд, доход, конкуренция, конкурентоспособность.

DESIGN AS A KEY TOOL FOR EFFECTIVE ECONOMIC DEVELOPMENT

T.S. Donnikova, A.A. Osipova
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: tatyana.donnikova@yandex.ru
e-mail: bonkmech@gmail.com

Abstract. The article examines the impact of design on the economy, argues for its role in shaping consumer demand and product competitiveness. The research analyzes successful examples of using design tools in business, and also identifies the need to create a unique brand image. The work focuses on design as a way to solve various economic problems, such as increasing sales and stimulating innovation. In conclusion, the article presents the conclusions that design plays a key role in the modern economy, being a strategic tool for achieving success in the market.

Keywords: design, economy, product, brand, income, competition.

Современное рыночное развитие экономики требует использования многообразных механизмов, способствующих успешной реализации торгово-промышленной деятельности. Дизайн является одним из ключевых инструментов, позволяющих достичь эффективного развития бизнеса в различных отраслях экономики. Дизайн – это процесс создания и организации элементов окружающей среды человека, повышающий функциональные и эстетические показатели окружающих предметов. Среди ученых не существует единой точки зрения относительно момента зарождения дизайна как явления, но выделяют две основные:

1. Дизайн появился вместе с развитием разума и творческого начала у человека, и заключался в организации и украшении окружающего пространства вокруг себя. Например, наскальная живопись, древнеегипетская архитектура или древнегреческая мозаика, появившиеся задолго до вхождения в обиход самого термина «дизайн».

2. Дизайн является наследием технической революции XX века, когда ремесленность и рукоделие, основной особенностью которых являлось проявление личности и оригинальности автора в своем продукте, будь то расшитый платок или ваза, ушли на второй план, а машинное производство начало набирать обороты, требуя особого подхода в создании и стандартизации продукции.

Эти две точки зрения, не противореча друг другу, наглядно показывают развитие дизайна во временной плоскости, начиная с древних времен и заканчивая последними десятилетиями.

Как правило, дизайн используется в таких областях, как: графический дизайн, промышленный дизайн, дизайн моды, интерьерный дизайн, веб-дизайн, UX/UI-дизайн, ландшафтный дизайн, архитектурный дизайн, упаковочный дизайн, рекламный дизайн и многих других. Дизайн включает в себя не только эстетическую составляющую, но также уделяет немалое значение эргономике и визуальному восприятию, стремясь создать продукты,

которые будут сочетать в себе не только красоту, но и удобство в повседневном использовании.

Экономика, в свою очередь, совокупность наук, берущая свое начало из древней Греции. Аристотель отмечал важность правильного ведения хозяйства и противопоставлял экономике хрематистику – науку об обогащении, в которой самоцелью является накопление богатств [2].

Современная экономика в качестве дисциплины была сформирована Адамом Смитом как ответ на поиски об экономической природе человека. В своем трактате «Исследование о природе и причине богатства народов», впервые опубликованном в 1776, ученый описал, как работает национальная экономика и доказал, что залогом ее процветания является свободный рынок и здоровая конкуренция. Современная экономика заостряет свое внимание на производстве, распределении, обмене и потреблении материальных благ в обществе. Она анализирует взаимодействия между различными участниками рынка, факторы ценообразования, уровень занятости населения, налогообложение, инфляцию, торговлю и многие другие аспекты, связанные с управлением ресурсами внутри отраслей и между субъектами экономики.

Дизайн является важной составляющей экономической системы и оказывает значительное влияние на ее развитие. Он нацелен на технологический прогресс, привнесение инноваций в сферу, развитие новых тенденций. Также он воздействует на такие аспекты производства, как потребление и конкурентоспособность. Рассмотрим подробнее отрасли дизайна, как части экономической системы.

Промышленный дизайн и производство. Промышленный дизайн включает в себя разработку всевозможных видов продукции: интерьерные решения, дизайн товара, различные виды транспорта, начиная от легковых автомобилей и заканчивая военной техникой, внешний вид оборудования и многое другое. Также промышленный дизайн включает в себя подбор материалов, цветовой палитры и формы, наиболее подходящих для того или иного товара. Все это влияет на реализацию товара среди покупателей [4].

Еще в 1861 году Уильям Моррис доказал неоспоримую роль дизайна в сфере бизнеса, основав свою фабрику. Он самостоятельно разрабатывал эстетику промышленного товара, пытаясь противостоять машинизации искусства, считая, что только из «человеческих рук» может выйти эстетически приятный и уникальный продукт. На своей фабрике он занимался изготовлением узоров для тканевых обоев, активно поощряя творческий подход своих рабочих. Именно его разнообразные, яркие дизайнерские обои помогли ему не только удержаться на рынке среди конкурентов, но и стать законодателем моды на всем европейском континенте [3].

Брендинг и маркетинг. Дизайн играет решающую роль в формировании брендовой идентичности и визуальных образов не только компаний, но и целых стран. Брендинг – очень комплексная задача, требующая глубинного изучения специфики продукта, анализа точек контакта с потребителем, оценки рынка, изучения конкурентов и многое другое. Маркетинг – это

процесс планирования, создания, продвижения и предоставления продукта или услуги с целью удовлетворения потребностей клиентов. Как именно бренд и маркетинг влияет на продажи компании и развитие страны – вопрос, который является особенно актуальным в последнее время.

Брендинг страны – термин, появившийся в XX веке закономерно с внедрением в обиход в том же веке термина «дизайн». Брендинг страны формируется через культурные и исторические аспекты, повышая привлекательность государства для туристов. Маркетинг же направлен на привлечение туристов именно в эту страну. Например, рекламные брошюры определенных стран и туристических маршрутов в агентствах и бюро, повышение осведомленности потенциальных туристов через связи с общественностью, к примеру, документальные фильмы про исторические и культурные места, особенности определенной страны. Туристы являются важными участниками экономической системы, например, в Испании туристический поток за 2023 год составил 37,5 миллионов человек и принес доход в размере 46 миллиардов евро, что доказывает неразрывную связь экономики страны и ее бренда.

В компаниях бренд и маркетинг также непосредственно влияет на прибыль. Рассмотрим на примере одного из самых дорогих мировых брендов – компании «Apple». Политика компании строится на эстетическом образе их продукта, будь то телефон, ноутбук или наушники. Стив Джобс, основавший компанию в 1976, руководствовался тремя принципами в выборе дизайна для своей продукции: красота, харизма и эмоциональный отклик. Предприниматель понимал, что между продуктом и покупателем должна установиться крепкая эмоциональная связь. Здесь также подключаются красота и харизма. Первая характеристика несет в себе чисто эстетическую, визуальную подоплеку. Стив Джобс, а затем и его преемник Тим Кук, выбрали беспроектное стилистическое решение, а именно минимализм, переплетающийся с модернизмом. Плавные, приятные глазу линии, пастельные цвета – все это работало на узнаваемость и продаваемость продукта. Однако, без каких-либо узнаваемых черт товар может затеряться и «утонуть» в подобных дизайнах, представленных конкурентами. Тут в дело вступает харизма, несущая в себе ту самую отличающую продукт от себе подобных изюминку. У смартфонов «Apple» на старте продаж такой изюминкой стало стекло с поддержкой нажатия сразу несколькими пальцами одновременно и дизайн передней панели с круглой кнопкой под экраном, что позволяло отличить телефон компании от других моделей по одному силуэту. Маркетинговая стратегия «Apple» – стать ближе к покупателю за счет ежегодных презентаций новой техники, объясняющих потенциальному потребителю преимущество их устройств и ценообразование.

В рамках данного исследования был проведен опрос среди обучающихся Белгородского института искусств и культуры.

Во время опроса были заданы следующие вопросы:

- Какой фирмы Ваш смартфон?
- Почему Вы выбрали именно эту марку?

Проанализировав ответы на предложенные вопросы, мы получили следующие результаты: при ответе на вопрос «*Какой фирмы Ваш смартфон?*» обучающиеся в контрольной группе ответили – iPhone (40%), Samsung (10%), Xiaomi (50%). При ответе на второй вопрос мы получили следующие показатели: из-за цены 24 человека, из-за камеры 5 человек, из-за внешнего вида 21 человек.

Анализируя данные, мы выявили, что для студентов Белгородского института искусств и культуры наиболее важным показателем при выборе устройства является его эстетическая и материальная составляющие.

Веб-дизайн и электронная коммерция. Впервые термин «цифровая экономика» ввел ученый Дон Тапскотт в 1995 году в своей книге «Цифровая экономика: обещание и опасность в эпоху сетевой разведки» и раскрыл его как экономику, основывающуюся на компьютерных технологиях и операциях, совершаемых в Интернете [1]. Современное же понятие цифровой экономики – электронная коммерция, бизнес, направленный на покупку и продажу товаров через Интернет. По данным на 2021 год объем продаж через сеть Интернет во всем мире составил по примерным подсчетам 4,9 триллиона долларов США. По прогнозам сайта «statistic.com» эта цифра увеличится вдвое в период до 2025 года. Основываясь на этих данных можно сделать вывод, что электронная коммерция является более чем прибыльной. Возникает логичный вопрос: что именно повлияло на такое смещение покупательского спроса к интернет-товарам. В данном случае огромную роль сыграл веб-дизайн – отрасль дизайна, направленная на разработку пользовательского интерфейса для сайтов и приложений. Веб-дизайнеры разрабатывают наиболее удобный вид подачи информации и эстетически приятное оформление для интернет-ресурсов. Многие магазины переносят свой товар на интернет-платформы для повышения охвата потенциальных покупателей. Интернет-платформы в данном случае – это программное обеспечение, позволяющее как компаниям, так и отдельным продавцам размещать свою продукцию в интернет-магазинах.

Так, магазин, который находится в Москве, может предоставить доступ к своим товарам через веб-сайт бренда для жителей других городов и даже стран. Таким образом с помощью визуальных средств решаются такие задачи как поисковая оптимизация, структурирование товаров, создание имиджа и повышение продаж.

Графический дизайн и реклама. Графический дизайн считается основным средством рекламы и взаимодействия с аудиторией. Именно дизайн способен вызвать у человека эмоции и являться стимулятором совершения покупки. В имеющемся многообразии представленного на сегодняшний день ассортимента товара важно, чтобы внешний вид продукта привлекал внимание и выделял его на фоне конкурентов. Дизайн через рекламу должен выражать качество, уникальность и необходимость продукта для потребителя. Рассмотрим данный факт на примере успешной рекламной кампании «McDonald's». Основным отличительным знаком рекламы является не только брендинг в виде большой желтой буквы «М» на

красном фоне, которое использует самые заметные человеческому глазу цвета, но и основной мотив – семейность ресторана быстрого питания. Рекламная кампания говорит с потребителем на одном языке, отвечая на запрос – место для отдыха и перекуса всей семьей. Округлые формы и яркие цвета предназначены для завлечения ребенка, а рифмующиеся слоганы и отсылки в рекламе на поп-культуру привлекают к ресторану внимание взрослой аудитории. Также в рекламе компания часто прибегает к коллаборациям – объединению в творческий тандем с другими компаниями, проектами или знаменитостями для привлечения новых клиентов в пересекающейся аудитории. В финансовых итогах «McDonald's» за первый квартал 2023 года превзошла все прогнозы аналитиков, увеличив прибыль на 4% до 5,9 миллиардов долларов США, что выводит ее на первое место по продажам среди конкурентов. Таким образом, графический дизайн через рекламу привлекает потребителей продукта компании, значительно повышая ее доход.

Городской и архитектурный дизайн. Городской дизайн или дизайн городской среды – это комплекс мер, направленных на формирование общественных пространств. В современном городском дизайне существует три основных направления: оформление общественной среды, обустройство жилой среды, формирование инфраструктуры.

Городской дизайн подразумевает под собой разработку и создание функциональных, эстетически красивых, комфортных для нахождения общественных объектов в черте населенного пункта. Задача заключается в том, чтобы спланировать и сформировать единый городской стиль, учитывая потребности и возможный прирост населения. Дизайн города во многом связан с использованием городских пространств людьми, например, объектом городского интерьера могут являться парковые комплексы, спортивные площадки, развлекательные центры, рыночные площади. Для грамотной разработки необходимо учитывать не только общий ландшафтный дизайн города, но и потребности общества в конкретном месте. Так, приток населения с наибольшей вероятностью произойдет в город с привлекательным городским дизайном. Ярким примером является город Белгород, считающийся одним из лучших городов для жизни молодежи и молодых семей, а также находящемся на 42 месте в списке городов России по качеству индекса жизни. В городе хорошо развита инфраструктура и городской дизайн, множество пешеходных улиц, парков, аллей, торговых и развлекательных центров, точек культурного притяжения, большое количество фестивалей и культурных мероприятий, доступное жилье, хорошо развитая транспортная сеть и так далее. Этими факторами он привлекает множество новых жителей, налоги от трудовой деятельности которых пойдут на последующее улучшение городского дизайна.

Инновации и конкурентоспособность. Конкурентоспособность – это способность превзойти конкурентов в тех или иных параметрах при заданных условиях. Вопросы, связанные с конкурентоспособностью разрабатываемого товара, следует разрешать еще на этапе планирования и

проектирования. Ведущим фактором выступает не только упаковка товара, но и ценовые, функциональные показатели, дизайнерское решение и пр. Каждый покупатель имеет свои определенные критерии, поэтому отчасти конкуренция индивидуальна. В данном случае на помощь приходит инновационность продукта. Пытаясь удержаться на пересыщенном товарами рынке, компаниям приходится изобретать и внедрять новые технологии, чтобы выделяться на фоне общей массы продуктов. Рассмотрим на примере фирмы «Samsung», представившей в 2018 году смартфоны модели «Flip Note» со складным экраном, позволяющим сложить телефон по подобию книги. Несмотря на недоработки технологии, инновационность дизайна резко выделила фирму на рынке смартфонов среди своих конкурентов, позволив окупить разработку и продолжить движение в этом направлении, что привело к увеличению дохода. Неконкурентоспособные товары в свою очередь убыточны, наличие более актуального продукта не дает возможности развернуть массовую продажу.

Эстетика и потребительское поведение. Термин «эстетика» был введен Баумгартеном в 1735 году. Эстетика – оценка человеком искусства и красоты. Исследования, проведенные Вицером и Хатчинсоном в 1998 году, показывают, что презентабельность продукта увеличивает вероятность его приобретения. Очевидно, что эстетическая «оболочка» продукта, призванная гармонично выглядеть, может влиять на экономическое развитие целых компаний. Как известно, основным смыслом любого бизнеса является наибольшее извлечение прибыли из предоставляемого товара или услуги. Дизайн же предоставляет бизнесу такой механизм влияния на покупателя, как впечатление. Чем привлекательнее выглядит товар, тем больше времени покупатель проведет перед витриной, раздумывая о покупке товара, а значит тем выше шанс совершения покупки. Иными словами, чем эстетичнее дизайн и упаковка товара, тем больше вероятность того, что он будет приобретен.

В заключении данной статьи о роли влияния различных видов дизайна на развития экономики можно сделать следующие основные выводы:

1. Стратегическое значение дизайна. Дизайн выходит за рамки эстетического аспекта и становится стратегическим инструментом для компаний, способствуя конкурентоспособности и долгосрочному успеху.
2. Влияние на потребительское поведение. Разработка продуктов с учетом дизайнерских решений привлекает внимание и формирует положительные эмоции, влияя на решение потребителей совершить покупку.
3. Эффективность маркетинговых стратегий. Удачный дизайн усиливает маркетинговые механизмы, делая продукты более заметными, запоминающимися и легко узнаваемыми.
4. Стимулирование инноваций. Дизайн играет ключевую роль в стимулировании инноваций, поощряя компании к разработке уникальных и современных продуктов.
5. Роль дизайна в различных отраслях. Дизайн и его воздействие распространяется на различные сферы, включая производство, услуги, технологии, он является ключевым компонентом успешных предприятий.

Таким образом, можно сделать вывод о неоспоримой значимости дизайна в современной экономике, его влиянии на поведение потребителей и способности эффективного экономического развития различных отраслей.

Список литературы

1. Беляцкая, Т. Н. Методологические основы управления электронной экономической системой / Т. Н. Беляцкая // Азимут науч. исслед.: экономика и управление. – 2018. – Т. 7, № 2 (23). – С. 52-55.
2. Вавилов, С. И. Большая советская энциклопедия. Т. 3 / С. И. Вавилов. – Второе издание. – Москва : Большая Советская Энциклопедия. 1950. – 630 с.
3. Ковешникова, Н. А. Дизайн: история и теория / Н. А. Ковешникова. – Москва : Омега-Л, 2005. – 224 с.
4. Промышленный дизайн : учебник / М. С. Кухта, В. И. Куманин, М. Л. Соколова, М. Г. Гольдшмидт ; под ред. И. В. Голубятникова, М. С. Кухты ; Томский политехнический университет. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 312 с.

КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И КАПИТАЛ: ХАРАКТЕРИСТИКА, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ, РАЗВИТИЕ И НАКОПЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ОБЩЕСТВЕ

О.А. Карпенко

АО «Самарагорэнергосбыт»

e-mail: olga180008@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается культурный капитал и потенциал в составе человеческого капитала. Дается определение его сущности, характеристика, рассматривается процесс его формирования, развития, функционирования и накопления в воспроизводственном экономическом процессе, приводятся актуальные примеры. Также рассматриваются основные тенденции современного развития культурного капитала России.

Ключевые слова: культурный капитал, культура, интеллигентность, духовность, интеллектуальное развитие.

CULTURAL POTENTIAL AND CAPITAL: CHARACTERISTICS, FUNCTIONING, DEVELOPMENT AND ACCUMULATION IN THE MODERN ECONOMY AND SOCIETY

O.A. Karpenko

Samaragorenergosbyt JSC

e-mail: olga180008@yandex.ru

Abstract. The article considers cultural capital as part of human capital. The definition of its essence and characteristics are given, the process of its formation, development, functioning and accumulation in the reproductive economic process is considered, relevant examples are given. The main trends of the modern development of the cultural capital of Russia are also considered.

Keywords: cultural capital, culture, intelligence, spirituality, intellectual development.

В настоящее время в связи с развитием отечественной культуры и науки, начинает возрастать интерес к культурному развитию человека, повышению культурного и интеллектуального уровня, а также различных видов грамотности.

Исследований культурного капитала человека в составе капитала человеческого в литературе до настоящего момента пока недостаточно. В данной статье считаем возможным предпринять попытку проведения теоретического исследования культурного капитала в составе человеческого капитала [1; 2; 3; 4; 5; 6; 8; 10]. Отметим основные понятия и определения.

Культура человека – это обобщенный созидательный потенциал человека, включающий его сущностные силы и деятельность и могущий быть объективированным в материальных и духовных ценностях, создаваемых им на основе творчества.

Интеллигентность – это набор умственных, духовных и социальных качеств личности, способствующих ожиданиям культурного общества; это также высокий уровень развития интеллекта, образованность, высокая культура поведения и высокие нравственные качества.

Как видим, интеллигентность невозможна без культуры и нравственности, она их включает. А культура и нравственность, в свою очередь, являются частью духовности. Следовательно, духовность и интеллигентность тесно взаимосвязаны и интеллигентность частично включает в себя духовность. Однако, понятие духовности шире, чем интеллигентность, т.к. духовными могут быть и неинтеллигентные люди. Духовность в общем виде включает в себя любовь к людям, совесть и долг, а культура уже ближе к интеллигентности. Понятие же нравственности входит и в духовность, и в интеллигентность [7, с. 212].

Культурный потенциал представляет собой потенциально способную к принесению дохода или его увеличению стоимость применения культуры и интеллигентности человека, создания или приобщения к культурным ценностям, культурному и творческому развитию в сфере культуры и искусств

Культурный капитал – это стоимость применения культуры и интеллигентности человека, создания или приобщения к культурным ценностям, культурному и творческому развитию в сфере культуры и искусств [3, с. 214].

Духовный капитал также тесно связан с культурным капиталом. Творчество в сфере культуры, искусства, литературы, музыки и т.д. напрямую зависит от истинной духовности человека, его связи с высшими силами и идет напрямую от них. На наш взгляд, без развитой духовности и духовного потенциала и капитала, развитие культуры невозможно. И наоборот, бездуховность создает псевдокультуру и своеобразные проявления субкультуры, такие, как супрематизм, сюрреализм, тяжелый рок, панк и т.п.

Культура общества развивается параллельно с духовностью, а при духовной деградации наблюдается и закат культуры [5, с. 167].

Культурный капитал человека также значим в экономике, в построении человеком карьеры и в предпринимательстве. Если на предприятии человек показывает свою высокую культуру и качества характера, грамотно и приятно со всеми общается, участвует в мероприятиях, старается помочь и преодолеть трудности, то такого человека вовремя заметят и будут продвигать по карьерной лестнице, что принесет ему более высокие доходы. Высокий культурный уровень – это хорошее подспорье в карьере и трудоустройстве.

Доходом на культурный капитал в зависимости от того, в каком факторе производства он реализуется, является заработная плата (труд, знания), прибыль (собственник капитала) и предпринимательский доход (предпринимательство).

Аналогичным образом, если высокой культурой и качествами характера обладает руководитель и предприниматель, то он будет заслуживать доверия со стороны партнеров, поставщиков и вышестоящих руководителей, у него пойдет развитие своего дела или его также будут продвигать на фирме.

Накопление культурного капитала происходит в процессе культурного развития и повышения своего культурного уровня, эрудированности, кругозора и знаний, общения с высококультурными и интеллигентными людьми, посещения культурных мероприятий, а также саморазвития, чтения, просмотра соответствующих фильмов и т.п. [4, с. 113].

Таким образом, культурный капитал дает человеку повышение его доходов. Культурный капитал в экономике также тесно связан с духовным, ведь без духовности, правильного отношения к жизни, к людям и способности к правильным поступкам и принятию верных решений невозможно культурное и грамотное поведение и общение человека, формирование вокруг себя соответствующего общества и круга общения.

В культурном развитии современной России также можно проследить следующие основные тенденции:

1. Рост культуры, образованности и грамотности в области культуры. Происходит рост не только уровня общей культуры, но также различных видов культуры: интеллектуальной, профессиональной и отраслевой, религиозной и духовной культуры. В настоящее время наблюдается повышение интереса к общероссийской культуре, а также большая вовлеченность населения, в том числе школьников и молодежи, в культурные мероприятия и проекты, отмечается увеличение равнодушия населения к вопросам культуры и культурного развития своей страны и региона.

2. Сохранение духовных и культурных ценностей.

3. Рост интереса и сохранение национальных культурных ценностей, повышения интереса и туризма в национальные регионы.

4. Рост культурных мероприятий и их посещения, в том числе в новых современных форматах (групповые встречи, мастер-классы, круглые столы, перформансы и т.д.).

5. Рост культурной и туристической мобильности внутри страны и в страны ближнего зарубежья.

Наряду с этим, отметим основные тренды социо-культурного поведения современного человека:

1. Повышение значимости культурного развития, образованности и грамотности в области культуры, рост интереса к культуре и ее развитию.

2. Увеличение роли и значимости общественной деятельности и социальной работы, развитие волонтерского движения, сотрудничества и добровольчества, направленного на восстановление объектов культурного наследия и благоустройство территории. Здесь вносит свой вклад общегосударственный курс на общественное благоустройство.

Например, ежегодно различными фондами проводятся конкурсы общественных проектов, направленных на общественное благоустройство, очистку территории и восстановление и реставрацию объектов культурного наследия, создание культурного пространства и т.п. [9].

В настоящий момент подписан Федеральный закон от 04.08.2023 № 479-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», касающийся обязательного привлечения школьников к общественно-полезному труду. Поправками в Законе об образовании закреплены обязанности обучающихся поддерживать чистоту и порядок в образовательной организации, а также с учетом возрастных и психофизических особенностей участвовать в общественно полезном труде, предусмотренном образовательной программой [11].

Итак, культурный капитал играет важную и значимую роль в развитии и становлении человека, в его общественно-экономической деятельности, а также в личностном развитии и построении социальных связей. Развитый культурный капитал человека являются хорошим подспорьем для человека, построения его карьерной траектории, развития своего дела, любых проектов и начинаний и просто общения с людьми.

Список литературы

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – Москва : Academia, 1999. – 944 с.
2. Гэлбрейт, Дж. Новое индустриальное общество / Джон Гэлбрейт ; [пер. с англ.]. – Москва : АСТ ; Санкт-Петербург : Транзиткнига, 2004. – 602 с.
3. Карпенко, О. А. Развитие подвидов человеческого капитала в современной экономике / О. А. Карпенко // Ключевые позиции и точки развития экономики и промышленности: наука и практика : материалы II Международной научно-практической конференции. – Липецк, 2022. – С. 213-217.
4. Карпенко, О. А. Трансформационные процессы в современной общественно-экономической системе под влиянием интеллектуального и духовного развития человека / О. А. Карпенко // Управление развитием социально-экономических систем : материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – Ульяновск, 2020. – С. 105-114.
5. Карпенко, О. А. Развитие основных подвидов человеческого капитала в условиях современной экономики / О. А. Карпенко, Л. В. Левченко // Технологические инновации и научные открытия : сборник трудов по материалам XII Международного конкурса научно-исследовательских работ. – Уфа, 2023. – С. 165-174.

6. Карпенко, О. А. Становление и развитие теории человеческого капитала / О. А. Карпенко, Л. В. Левченко // Наука. Творчество : сборник научных статей XVII Международной научной конференции. – Самара, 2021. – С. 33-44.
7. Карпенко, О. А. Интеллектуальное развитие и интеллигентность / О. А. Карпенко // Актуальные проблемы модернизации высшей школы: высшее образование в информационном обществе : материалы XXXII Международной научно-методической конференции. – Новосибирск, 2021. – С. 211-215.
8. Страссман, П. Информация в век электроники. Проблемы управления / П. Страссман ; пер. с англ. – Москва : Экономика, 1987. – 240 с.
9. Фонд президентских грантов. – URL: <https://президентскиегранты.рф/?ysclid=lq6l3g7kpo260392568> (дата обращения: 15.12.2023).
10. Хмелева, Г. А. Человеческий капитал как условие формирования инновационной экономики региона : монография / Г. А. Хмелева ; Администрация гор. окр. Самара, Самарская акад. гос. и муниципального упр. – Самара : Изд-во САГМУ, 2012. – 167 с.
11. 16 направлений молодежной политики России. – URL: <https://dzen.ru/a/ХЕ4ХgS59nQCw5njf> (дата обращения: 15.11.2023).

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ РОССИЙСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ (1917–1918 ГГ.) НА РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ (ПО ЗАПИСЯМ АМЕРИКАНСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ – ОЧЕВИДЦЕВ СОБЫТИЙ)

П.А. Рыжова

Марийский государственный университет
e-mail: Polinaryzova76@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние социально-экономического кризиса в 1917-1918 гг. в России на культурную составляющую общества на основе записей очевидцев событий- американских журналистов Джона Сайласа Рида и Альберта Риса Вильямса. В статье дается сравнительный анализ записей американцев, описывается общая картина происходящих событий в обществе.

Ключевые слова: Великая Российская революция, Джон Сайлас Рид, Альберт Рис Вильямс, культура, американские журналисты, театры, газеты.

THE INFLUENCE OF THE SOCIO-ECONOMIC CRISIS OF THE PERIOD OF THE GREAT RUSSIAN REVOLUTION AND CIVIL WAR (1917–1920) ON THE DEVELOPMENT OF CULTURE (ACCORDING TO RECORDS OF FOREIGN JOURNALISTS – EYEWITNESSES OF THE EVENTS)

P.A. Ryzhova

Mari State University
e-mail: Polinaryzova76@gmail.com

Abstract. This article examines the impact of the socio-economic crisis in 1917-1918 in Russia on the cultural component of society based on the records of eyewitnesses to the events – American journalists John Silas Reed and Albert Rhys Williams. The article provides a

comparative analysis of the records of Americans, describes the overall picture of events in society.

Keywords: The Great Russian Revolution, John Silas Reed, Albert Rhys Williams, culture, American journalists, theaters, newspapers.

Великая Российская революция 1917-1918 гг. привела к экономическому кризису, изменению старых порядков, созданию общества нового типа. Данный процесс изменил образ жизни подавляющего большинства людей и привёл к разделению общества на тех, кто принял новые порядки и тех, кто встал в оппозицию новой власти. Очевидцами событий стали как соотечественники, так и иностранцы. Среди них – иностранные журналисты, которые являлись участниками происходящих событий, а позже написали и опубликовали книги, посвящённые 1917-1918 гг. в России, которые могут рассматриваться как интересные исторические источники. Историография данной тематики включает в себя следующие статьи: М.О. Кармановой «Феномен восприятия революции 1917 г. в США (1917-1933)» [3], А.А. Бурцева «Русская революция в зеркале мировой литературы» [1], К.Н. Мирасовой «Октябрьская революция в России глазами американских писателей (на примере произведений Дж. Рида и А. Рэнд)» [4]. Основное внимание авторов данных работ уделяется оценке революции в России, политической позиции авторов. Нами сделана попытка рассмотреть оценки культурной составляющей революции в записях иностранцев, приводятся выдержки из книг американских журналистов Джона Сайласа Рида и Альберта Риса Вильямса.

Погода, быт, сцены русской жизни – всё было интересно американским журналистам. В столице была плачевная ситуация: хмурое небо, сырость, холод. «По ночам – частью из экономии, частью из страха перед дирижаблями – горят лишь редкие, скудные уличные фонари; в частные квартиры электричество подается только вечером, с 6 до 12 часов, причем свечи стоят по сорок центов (Цент по тогдашнему курсу равнялся 3-5 копейкам. – Джон Рид) штука, а керосина почти нельзя достать. Темно с 3 часов дня до 10 утра» [5, с. 22].

Авторы описывали ситуацию продовольственного кризиса: заканчивались запасы еды, перед магазинами выстраивались огромные очереди за товарами первой необходимости, огромное развитие получило спекулянтство. Ежедневно на улицах происходили грабежи, насилие над населением, крестьянские забастовки, также нарастал хаос, связанный с национальными отношениями в Финляндии, Белоруссии, Польше, Украине, усилился рост сепаратистского движения в Сибири и на Кавказе.

Несмотря на тяжелую социально-экономическую ситуацию, обострение политической борьбы в стране, сфера образования и культуры продолжала оставаться весьма востребованной. Первое, что заметили журналисты, это тяга русского народа к чтению. Из Смольного, который стал центром Октябрьского переворота, ежедневно тысячи книг и брошюр, газет политического содержания отправлялись в разные уголки страны,

популярностью пользовались книги по истории, литературе, труды Гоголя, Горького, Толстого. Альберт Вильямс отмечал «...И прекрасно понимаю, что средний рабочий в Петрограде или в Москве каждый день читает больше серьезных статей в газетах, чем средний американский бизнесмен читает за месяц...» [2, с. 389].

Большие средства шли на развитие печатной продукции, правительство старалось выпускать их сразу, по следам всех важных событий. Сложнее дела обстояли с оппозиционной печатью. Газеты правых партий оказались под запретом. Деньги на их выпуск ещё давали крупные предприниматели и иностранные государства. Из-за спонсирования иностранным руководством некоторых органов печати граждане получали доступ к иностранным газетам. «Когда было получено разрешение на распространение “Четырнадцати пунктов” Вильсона, они были отпечатаны в той же большой типографии, где мы печатали ежедневную газету на немецком языке» [2, с. 226]. Немецким и австро-венгерским солдатам поступали издания о положении на фронте. В период установившегося перемирия в декабре 1917 г. распространение газет стало более постоянным.

Руководству страны приходилось тщательно следить за типографиями, принимать новые революционные законы по закрытию «контрреволюционной прессы». Рид описывал ситуацию, когда в питерскую типографию городского самоуправления явились красногвардейцы, изъяли тысячи воззваний-протестов и закрыли «Вестник городского самоуправления». У большевистской власти было большое количество противников, которые стремились через прессу воздействовать на людей и бороться с новой «пролетарской» властью.

Оппозиционные издания печатали рассказы о большевистской жестокости и насилии. Всё чаще звучали разговоры о разграблении исторических зданий, убийствах юнкеров, министров, изнасиловании женщин-солдат. В статьях фигурировало ложная информация, содержащая фамилии и имена «пострадавших», из-за чего на правительство обрушивался шквал свидетельств обезумевших от горя граждан. Очень много было ложных обвинений, касающихся убийства известных лиц.

Большевики негативно относились к взаимодействию с прессой иных политических партий. Д. Рид был свидетелем ситуации, когда из Смольного выгоняли репортёров газет буржуазии и умеренных социалистов. «Нас выгнали! – кричал репортер «Воли Народа». – Бонч-Бруевич явился в прессбюро и велел нам уходить! Он сказал, что мы шпионы!» Тут все закричали в один голос: «Оскорбление! Насилие! Свобода печати!» [5, с. 128].

Советская пресса привлекала внимание обывателя за счет качества печати и броских заголовков и призывов: насыщенные цвета, более качественная бумага, яркие заголовки, более развёрнутое повествование событий – деньги на печать шли из госбюджета и типографиям не приходилось экономить на формате текста, чтобы вместить всё необходимое. Рид писал, что при сравнении двух газет, правительственной и

оппозиционной, первая не могла не привлечь взгляд читателя: «Большевистская газета, отпечатанная на огромных листах в захваченной типографии “Русской Воли”, начиналась крупно напечатанным заголовком “Вся власть Советам рабочих, солдат и крестьян! – Мира! Хлеба! Земли!”» [5, с. 63]. Таким образом, большевистские издания на первый план ставили текущие вопросы о мире, земле, продовольствии.

Стоит отметить, что американские журналисты активно собирали все русские материалы, в дальнейшем использовали вырезки из газет при публикации своих работ.

Удивляло зарубежных журналистов в революционной России и то обстоятельство, что, несмотря на нищету, продовольственный кризис, люди находили время и деньги для посещения театров. Театральные спектакли и представления проходили ежедневно, как в столице, так и провинции «В Мариинском шел новый балет с Карсавиной, и вся балетоманская Россия являлась смотреть на нее. Пел Шаляпин. В Александрийском была возобновлена мейерхольдовская постановка драмы Алексея Толстого “Смерть Ивана Грозного”» [5, с. 23].

Люди стремились не замечать уже случившегося. Во время спектакля к императорской ложе до сих пор был приставлен пажеский корпус несмотря на то, что с неё уже давно были сорваны все орлы. Но не все могли смириться с новыми веяниями театральной культуры, противники новых порядков устраивали погромы, угрожали артистами, которые, по их мнению, высмеивали и принижали достижения царской семьи, примером может служить то, как группа монархистов сорвали представление комедии «Преступление за царя».

Несмотря на стабильные постановки не у всех желающих были деньги для посещения. В записях Вильямса имеется такой эпизод: идёт судебный процесс над мальчиком, его обвиняют в краже газет у женщины-разносчицы, он сразу признаётся в содеянном и говорит, что на вырученные деньги он пошёл на оперу, когда его обязали выплатить штраф в размере потраченных денег и ему пришлось продать последние ботинки. Он лишь улыбнулся и сказал «Зато я послушал оперу» [2, с. 215].

Театр в России всегда играл особую роль. Как и литература, театральная сцена была «учительницей жизни». Несмотря на все тяготы и тяжелые условия, народ тянулся к театральному искусству. Оно было доступно не всем, но при этом было понятно простому обывателю благодаря актерскому мастерству. Именно благодаря актёрской передаче правды жизни большинство зрителей воспринимало происходящие события в постановке и выстраивало своё отношение к происходящему.

Жители столицы старались не замечать жутких картин революции. Эрмитаж и значимые картинные галереи были эвакуированы в Москву, но несмотря на это еженедельно проходили художественные выставки. Женщины продолжали посещать лекции по искусству, литературе, на стенах домов появлялись объявления о евангелических собраниях, развешанных

армией спасения. Все это забавляло русскую аудиторию. Поэты и художники писали о чём угодно, только не о происходящих событиях.

Активно развивалось ораторское искусство. Выступления происходили на заводах, в окопах на фронте, в городских и сельских дворах. Всё чаще собирались митинги, на которых право голоса получали те, кто раньше считался обычной прислугой. Дискуссии заполнили город, люди слушали точки зрения друг друга и видных политических деятелей. «Стихийные споры и митинги возникали и в поездах, и в трамваях, повсюду... А всероссийские съезды и конференции, на которые съезжались люди двух материков – съезды Советов, кооперативов, земств, национальностей, духовенства, крестьян, политических партий; Демократическое совещание, Московское Государственное совещание, Совет Российской республики... В Петрограде постоянно заседали три-четыре съезда сразу. Попытки ограничить время ораторов проваливались решительно на всех митингах, и каждый имел полную возможность выразить все чувства и мысли, какие только у него были...» [5, с. 25] Места проведения не отличались красотой: обшарпанное здание, мерцающие еле светящиеся лампочки, душное помещение, в которое вплотную забивались неравнодушными гражданами.

Таким образом, в заметках американских журналистов о Великой Российской революции содержатся весьма интересные сюжеты и мнения о России и русских. Американские журналисты отмечали, несмотря на сложности, вызванные экономическим кризисом, культурная жизнь, как в столице, так за её пределами продолжалась. Развитие культурной жизни приобретало новые направления, хотя и сохранялись традиционные основы. В этом взаимодействии старого и нового рождалось новое государство – Советская Россия и новый гражданин – советский человек.

Список литературы

1. Бурцев, А. А. Русская революция в зеркале мировой литературы / А. А. Бурцев // Наука и техника в Якутии. – 2017. – № 1 (32). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkaya-revolyuetsiya-v-zerkale-mirovoy-literatury> (дата обращения: 18.01.2024).
2. Вильям, А. Р. Путешествие в революцию. Россия в огне Гражданской войны 1917-1918 / А. Р. Вильям. – Москва : Центрполиграф, 2007. – 430 с.
3. Карманова, М. О. Феномен восприятия революции 1917 г. в США (1917-1933) / М. О. Карманова // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2017. – № 2 (42). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-vospriyatiya-revolyuetsii-1917-g-v-ssha-1917-1933> (дата обращения: 18.01.2024).
4. Мирасова, К. Н. Октябрьская революция в России глазами американских писателей (на примере произведений Дж. Рида и А. Рэнд) / К. Н. Мирасова // Вестник ТГГПУ. – 2018. – № 3 (53). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oktyabrskaya-revolyuetsiya-v-rossii-glazami-amerikanskih-pisateley-na-primere-proizvedeniy-dzh-rida-i-a-rend> (дата обращения: 18.01.2024).
5. Рид, Дж. Десять дней, которые потрясли мир / Дж. Рид ; [Перевод с английского А. И. Ромма]. – Москва : Госполитиздат, 1958. – 371 с.

РАЗДЕЛ 18. НАРОДНАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

ВИЗУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ МУЛЬТИПЛИКАТОРА ТОММА МУРА КАК ОТРАЖЕНИЕ ИРЛАНДСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ФОЛЬКЛОРА

О.А. Воронова

Дальневосточный федеральный университет

e-mail: olya.voronova.00@list.ru

Аннотация. В данной работе предпринята попытка исследовать визуальные особенности мультфильмов ирландского аниматора Томма Мура. Рассматриваются художественные эффекты, применяемые при создании кинокартин, этнические составляющие сюжета и национальный фольклор. В качестве примера приводятся популярные ирландские мультфильмы, являющиеся произведениями Томма Мура. Автор статьи анализирует визуальные особенности мультипликатора Томма Мура и описывают их роль в мультфильмах.

Ключевые слова: мультипликация, Томм Мур, кельтское искусство, народная культура, культура, национальный фольклор, медиа.

THE VISUAL STYLE OF ANIMATOR TOMM MOORE AS A REFLECTION OF IRISH NATIONAL FOLKLORE

O.A. Voronova

Far Eastern Federal University

e-mail: olya.voronova.00@list.ru

Abstract. In this paper, an attempt is made to explore the visual features of cartoons by Irish animator Tom Moore. Artistic effects used in the creation of motion pictures, ethnic components of the plot and national folklore are considered. As an example, the popular Irish cartoons, which are the works of Tom Moore, are given. The author of the article analyzes the visual features of the animator Tom Moore and describes their role in cartoons.

Keywords: animation, Tomm Moore, Celtic art, folk culture, culture, national folklore, media.

Томм Мур – известный ирландский аниматор, режиссер, иллюстратор и художник комиксов. В 1999 году он совместно с Норой Туми и Полом Янгом основал студию анимации «Cartoon Saloon» в Килкенни, которая выпустила такие произведения как: «Тайна Келлс», «Песнь моря» и «Легенда о волках» [5]. Структура производства любого мультфильма включает следующие этапы: разработка сценария, утверждение эскизов, утверждение раскадровок, отрисовка кадров и монтаж [1]. Как правило за основу качественного мультфильма отвечает сюжет, но в картинах Томма Мура сюжет тесно связан

с уникальным стилем автора. Разберем более подробно стилистику ирландского аниматора.

Каждая его кинокартина наполнена не только интересным сюжетом, но и богатым визуальным художественным содержанием. Источником вдохновения для его творчества служат комиксы, мультфильмы Уолта Диснея, Дона Блута и Хаяо Миядзаки, однако сами работы Мура не имеют ничего общего со всем вышеперечисленным [7].

Характерной чертой ранних произведений Томма Мура является отсылка к содержательным аспектам ирландской национальной мифологии. Сюжет фильма «Тайна Келлс» (2008 г.) основан на особенностях визуального творчества кельтов и ирландских христианских книгах, «Песнь моря» (2014 г.) на местных легендах о «Селки» – оборотнях, превращающихся из человека в тюленя, а «Легенда о волках» (2020 г.) – на рассказах об оборотнях в классическом понимании этого слова. Но сюжетное повествование картин не единственный способ продемонстрировать аудитории уникальный ирландский фольклор. Анимационные фильмы наполнены обилием деталей, которые порой запоминаются лучше сюжета, но они так же повествуют о природе своего ирландского происхождения, что лучше помогает рассказывать историю [5].

Для выявления особенностей визуального стиля автора проанализируем несколько значимых произведений более подробно.

Мультфильм «Тайна Келлс» сюжетом напрямую связан с тематикой раннего кельтского христианства, а также содержит в себе отсылки к ирландской мифологии. По сюжету вера в единого Бога и политеизм мифов древней Ирландии сосуществуют в балансе, что проявляется и в визуальном исполнении [7]. В кинокартине представителем мифологического ирландского мира выступает «Фея». Классическая интерпретация слова «фея» – волшебница. Внешний вид феи может варьироваться от облика обычной женщины до маленькой женской сущности с крыльями как у насекомых. В произведении «Вера в фей в кельтских странах» У.Р. Эванса-Венца феям и прочим волшебным созданиям приписывалось свойство менять обличия и быть невидимыми, что объясняется следующим образом: «Наш Спаситель стал невидимым, хотя и находился в теле; и, как следует из Писания, я полагаю, мы должны признать подобную способность невидимости и за духами, как добрыми, так и злыми» [4]. В «Тайне Келлс» фея имеет облик девочки, которая может перевоплощаться в животных, что позволяет ей быть незаметной. Животные, в которых обращалась фея представлены в традиционных иллюстрациях и узорах старых ирландских книг [2]. «Трискелис» – узор из соединения линий в форме соцветия или треугольника, является прямой отсылкой к Келлской книге (Евангелие), которая имеет аналогичный символ в иллюстрациях [2; 3]. Схожие узоры и геометрические элементы встречаются на протяжении всего мультфильма. Природные мотивы и элементы волшебства представлены перед зрителем в виде переплетений узоров, кругов, мягкого свечения и мерцания. Изображение монахов христианского аббатства имеет более строгую

геометрию. Внешний вид людей, их жилище, убранство помещений имеют симметрию, не отличаются изысканностью орнаментного наполнения, но имеют узоры, напоминающие чертежи. Все что искусственно создано человеком отличается строгостью на фоне природного мира. Но ни один персонаж не выделяется из стилистического повествования (не выделяется из книги Келлс), что говорит о прямой связи человека и волшебных существ, а также об отсутствии противоречий между волшебным и земным миром. Это прямо показано в сценах с мастерской иллюстраторов, где главная книга Келлс и место ее написания имеет орнаменты с плавными линиями, напоминающими мотивы природы. Также сюжетное влияние раскрывается и в цветовом решении: кадры с лесом и магией имеют насыщенную палитру теплых оттенков, мир людей же напротив – сдержанные тона, символизирующие приземленность и утомительный быт человека [7].

Картина «Песнь моря» имеет меньше сходств с Келлтской книгой, но все же в фильме прослеживаются геометрические мотивы из ее оформления [2]. Упор идет не на сходство с произведениями художников-иллюстраторов, а на передачу состояний природных явлений через визуальное оформление кадра. В связи с этим строгие геометрические кельтские орнаменты трансформируются в более плавные и округлые узоры [3]. Действующими героями, как и в «Тайне Келлс», являются представители земного мира и мира магии. Большое внимание уделяется «Селки» – в ирландской мифологии это люди, превращающиеся в тюленей. По приданиям, селки миролюбивые создания, морской народ, стремящийся к суше. Особенность взаимоотношений между людьми и селки заключается в том, что в древности из-за суеверий ирландцы боялись охотиться на тюленей. По словам Томма Мура, картина была создана из большой любви к природе и огромного желания ее сохранить [6]. Таким образом, можно провести параллель между страхом ирландцев навредить природе и кадрами мультфильма с волшебной тюленьей шубой, имеющей прямое влияние на жизнь главной героини – селки. Сама же внешность селки представлена в виде девушки в яркой белоснежной шубе как человека, и белоснежного тюленя как животного. Тюленья шуба является акцентным элементом на протяжении всей картины: она имеет белое свечение как символ чистоты и мира. Значимой деталью в мультфильме является музыка. Пение главной героини и звуки волшебной раковины визуализированы и отображены мерцающими огоньками. Музыкальные композиции, исполненные на окарине, в кинокартине представлены как звучание морской ракушки, что еще раз демонстрирует связь человека и природы, и волшебного мира магии.

Еще одним важным аспектом при создании данной картины является использование акварели. Краска на водной основе является связующим звеном между зрителем и морскими пейзажами в мультфильме. Основная цветовая гамма картины имеет спектр от зеленых до глубоко синих оттенков, вызывающих у зрителя ассоциации с водой. Яркие световые и цветовые контрасты также вызывают ассоциативный ряд с красочными подводными обитателями и блеском ряби на воде [8].

«Легенда о волках» заключительная кинокартина нашего разбора. Вышедшая в хронологическом порядке после «Тайна Келлс» и «Песнь моря», картина об оборотнях включает в себя смесь вышеперечисленных визуальных свойств.

Отличительной новизной в мультфильме «Легенда о волках» является применение ксилографии – получения оттиска изображения с помощью отпечатка деревянной доски. С помощью ксилографии в мультфильме был создан уникальный внешний вид городских сооружений, выступающих в противовес миру природы. Вкрапления в оттиске добавляют картине небрежности, которая создает впечатление автоматизированной печати и спешки, без вклада чувств художника в произведение. Толстые прямые линии и угловатый дизайн города визуально создают тяжесть и отсутствие воздуха в кадре. Цветовая палитра города и его обитателей представлена в серых и красных тонах, которые в определенный момент дублируются на броне воинов и огненных факелах, призвана вызывать у зрителя отрицательные эмоции от происходящего в кинокартине. Лес, в отличие от города, имеет визуальное сходство с плотным ворсом или шерстью животного. Акварельная подложка имеет плавные переходы из одного оттенка в другой и дополняется прорисовкой деталей мягкими материалами. Ветви деревьев, травы, животные и оборотни прорисованы продолжительными волнистыми линиями и в своем дизайне имеют тенденцию к мягким формам, а не острым углам. Природная палитра состоит из зеленых и оранжевых оттенков, которая дублируется в дизайне главных героев. Дизайн образа девочки Робин, как уже отмечалось ранее, относится к цветовой палитре леса, что сразу выделяет ее на фоне городских жителей и отмечает предрасположенность к контакту с волшебными созданиями [8]. Оборотни, обычно выступающие как злые создания, в мультфильме играют роль не нападающих, а защитников, оберегающих лес от людей. Перевоплощение оборотней в людей и наоборот изображается с применением традиционных кельтских орнаментов, и представлено в виде их золотого свечения. Изображение волка является неотъемлемой частью иллюстраций в Келлской книге, а кадры с бегущими по кругу волками имеют прямое сходство с символикой кельтских псов [2; 3].

Таким образом, проведя анализ произведений Томма Мура можно выделить несколько стилистических особенностей, главной из которых является изображение ярких контрастов между природой и человеком. Во всех произведениях мир, наполненный мифами, представлен высокохудожественным изображением со своим неповторимым стилем и красотой. Значительный упор делается на проработку деталей в кадре. В каждой картине есть связующее звено, дающее понять зрителю, что несмотря на откровенное отличие друг от друга, представители разных миров способны сосуществовать в гармонии. Работа со светом и иллюстративный стиль мультфильмов создают сказочную атмосферу и призваны оказывать впечатление на зрителя. Это связано с попыткой подтолкнуть зрителя к проекции опыта от просмотра мультфильмов на детские воспоминания.

Применение традиционных кельтских орнаментов в кадре и сюжет, закрученный вокруг существ из ирландской мифологии, дают зрителю возможность углубиться в национальный ирландский фольклор и стать для него узнаваемым и распознаваемым звеном среди множества других фольклоров.

Список литературы

1. Бабиченко, Д. Искусство мультипликации / Д. Бабиченко. – Москва : Искусство, 1964. – 114 с.
2. Келлская книга (ок. 800 г., Айона, Ирландия) / библиотека Тринити-Колледжа, Дублин) // Искусствоед.ру – сетевой ресурс об искусстве и культуре : [сайт]. – 2017. – URL: <https://iskusstvoed.ru/2017/12/13/kellskaja-kniga-ok-800-g-ajona-irlandija-b/> (дата обращения: 12.01.2024).
3. Крис Даун. Кельтские узоры. Библиотека образцов / Даун Крис ; пер. с англ. – Москва : Ниола 21 век, 2004. – 128 с.
4. Эванс-Венц, У. Я. Вера в фей в кельтских странах / У. Я. Эванс-Венц // Sacred Texts. – 1911. – URL: <https://sacred-texts.com/neu/celt/ffcc/index.htm> (дата обращения: 12.01.2024).
5. Moore, Tomm. Cartoon Saloon / Tomm Moore, Paul Young, Nora Twomey // Cartoon Saloon. – 2022. – URL: <https://www.cartoonsaloon.ie/about-irish-animation-studio/> (дата обращения: 16.01.2024).
6. O’Connell, Mark. Cartoon Saloon and the New Golden Age of Animation / Mark O’Connell // The New Yorker. – 2020. – URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/12/21/cartoon-saloon-and-the-new-golden-age-of-animation> (дата обращения: 14.01.2024).
7. Peter van der Lugt. An Interview With Director Tomm Moore / Peter van der Lugt // Screenanarchy. – 2009. – URL: <https://screenanarchy.com/2009/10/an-interview-with-director-tomm-moore.html> (дата обращения: 26.12.2023).
8. Ross, Stewart. Творчество Росса Стюарта / Stewart Ross // RossStewart.net. – 2023. – URL: <https://rossstewart.net/animation/song-of-the-sea/> (дата обращения: 12.01.2024).

РУССКИЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОТИВЫ В ДИЗАЙНЕ МОЛОДЕЖНОЙ ОДЕЖДЫ

Е.А. Заболотская

РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

e-mail: evgeniya.art@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена возможности использования этнических мотивов русского традиционного костюма в создании коллекции молодежной одежды.

В последнее время вновь наблюдается интерес к традиционной русской культуре, народности, связанный с «влиянием национально-романтических и патриотических настроений в обществе, способствовавших стремлению продолжить в современном искусстве русские национальные традиции».

Поэтому *объектом* данного исследования стали коллекции молодежной одежды современных отечественных стилистов, а *предметом* исследования – русские национальные мотивы.

Ключевые слова: русские национальные мотивы, коллекции молодежной одежды, мода, реклама, традиционные русские символы, возрождение культурного наследия, отечественные бренды молодежной одежды.

RUSSIAN NATIONAL MOTIVES IN YOUTH CLOTHING DESIGN

E.A. Zabolotskaya

Russian State University named A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art)

e-mail: evgeniya.art@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the possibility of using ethnic motifs of Russian traditional costume in creating a collection of youth clothing.

Recently, there has been a renewed interest in traditional Russian culture and nationality, associated with «the influence of national-romantic and patriotic sentiments in society, which contributed to the desire to continue Russian national traditions in modern art».

Therefore, the object of this study was the collections of youth clothing of modern domestic stylists, and the subject of the study was Russian national motifs.

Keywords: russian national motifs, youth clothing collections, fashion, advertising, traditional Russian symbols, revival of cultural heritage, domestic brands of youth clothing.

После культурного голода советского периода (в отношении моды, дизайна, убранства дома, архитектуры) в России наступила эра безудержного потребления всего заграничного: стиля, музыки, одежды, мебели, религии. Перенасыщенные во всех сферах нашей жизни информацией о западной культуре у людей возникло понимание переосмысления ценностей и необходимость возрождения русского культурного наследия.

Этнические традиции и народные художественные промыслы, переосмысленные в современном ключе, – это возможность вернуться к своим корням, сохранить историю и искусство народов многонациональной страны. Современный специалист в области дизайна не может оставаться равнодушным к тому, что веками создавал народ, а сегодня является достоянием культуры.

Появился запрос на возрождение духовных и культурных ценностей, связь поколений в обществе, семье через призму моды. Современные дизайнеры и художники начали активно использовать русские национальные мотивы в своих работах. Этнические узоры и орнаменты стали популярными в модных коллекциях и графическом дизайне [1].

Дизайнеры используют народные сказки, легенды и мифы как источник вдохновения. Образы русских народных героев, таких как Иван-Царевич, Баба-Яга и Снегурочка, оживают на модных подиумах и графических постерах. Это создает уникальную атмосферу и привлекает внимание людей, которые интересуются русской культурой и историей.

Русские узоры и орнаменты используются в современном графическом дизайне для создания уникальных и запоминающихся образов. Они могут быть применены на одежде, аксессуарах, упаковке и рекламных материалах. Такие узоры могут быть **геометрическими, растительными** или содержать элементы **народных рисунков**.

Геометрические узоры являются одним из наиболее распространенных видов русских орнаментов. Они основаны на комбинации простых геометрических фигур, таких как круги, треугольники, квадраты и

линии. Эти узоры могут быть симметричными или асимметричными, их элементы могут быть уложены в строгие ряды или создавать более сложные композиции. Геометрические узоры придают дизайну национальный стиль, а также являются универсальными и узнаваемыми (рис. 1).

Растительные узоры вдохновлены природой и богатством растительного мира (рис. 4). Они включают изображения цветов, листьев, веток, виноградных лоз и других растений. Растительные орнаменты могут быть реалистичными или стилизованными, а также комбинироваться с геометрическими элементами. Эти узоры создают ощущение красоты и гармонии русской природы, а также передают символическое значение, связанное с жизненным циклом и ростом (рис. 1).

Народные рисунки представляют собой символические узоры, основанные на традиционных русских мотивах. Они изображают животных, птиц, рыб, сказочных персонажей и символов. Народные рисунки характеризуются обилием деталей, оригинальностью и выразительностью. Они передают народные предания, мифы и обряды, являясь важной частью русской культуры и наследия.

Русские символы, такие как **двуглавый орел**, **тройка**, **медведь** или **матрешка**, так же популярны в современной модной графике и дизайне. Они используются в логотипах, принтах и аксессуарах, помогая выделиться среди других модных брендов и установить связь с русской идентичностью. Использование этих образов имеет глубокое культурное значение и ассоциируется с Россией. Они становятся мощным инструментом для создания уникального стиля и узнаваемости бренда.

Двуглавый орел является одним из наиболее узнаваемых русских символов и символизирует мощь и величие. Он часто используется в качестве элемента дизайна в различных отраслях, от моды до спорта. Тройка, изображающая три лошади, привязанные друг к другу, символизирует скорость, энергию и единство. Этот символ часто используется для создания динамичных и заметных образов.

Медведь, как символ России, ассоциируется с силой, силой и защитой. Он может быть представлен в разных стилях – от реалистичного изображения до абстрактных и стилизованных форм. Медведи часто встречаются в принтах и графических элементах, добавляя характер и уникальность модным коллекциям одежды.

Матрешка, или русская кукла, является еще одним символом, прочно укоренившимся в модной графике. Этот символ, состоящий из нескольких вложенных кукол, олицетворяет единство и гармонию. Матрешка может быть использована, как узор или орнамент, придавая одежде и аксессуарам элегантность и оригинальность.

Русские узоры и орнаменты имеют глубокие исторические корни и являются неотъемлемой частью русской народной культуры, представляя собой богатое наследие и источник вдохновения для современного дизайна одежды. Они помогают создавать уникальные и запоминающиеся образы, подчеркивая связь с русской культурой. Благодаря своей универсальности и

эстетической привлекательности, русские узоры и орнаменты продолжают оставаться актуальными и востребованными в различных областях современной культуры и искусства.

Сегодня, особенно после пандемии, приходит осознание этой ценности, поэтому популярность локальных брендов, которые научились внедрять в повседневность национальный код, безудержно растет [2]. Посредственные многотиражные синтетические вещи проигрывают качественным нарядам с многовековой историей.

Долгое время «русскость» в моде проявлялась исключительно в ключе богатства и роскоши. Со временем дизайнеры стали использовать в своих работах не только отсылки к народному костюму и нарядам имперских времён, но и к одежде простого, в том числе советского, человека.

На рынок моды вышло поколение дизайнеров, которых интересует возможность воспользоваться богатейшим культурным и историческим наследием страны и осмыслить его через призму современной моды [3]. После первопроходцев Вячеслава Зайцева и Валентина Юдашкина в отечественную моду пришли такие талантливые модельеры, как Ульяна Сергеенко, которая ежегодно включает в свои коллекции мотивы и формы русского народного костюма, Денис Симачев, который продемонстрировал всему миру, что хохлома может быть модной, бренд Inshade, который показал, что даже советская бедная «клеенка» может стать базой для современного дизайна модной коллекции одежды (рис.3).

Россия – страна с богатыми и многообразными народными художественными промыслами и ручными техниками, и только сегодня дизайнеры начинают к ним возвращаться. Так, Агата Вострикова, будучи родом с Северного Кавказа, в своих трикотажных коллекциях использует труд черкесских мастериц, Дарья Алехина из Оренбурга создаёт коллекции моделей из оренбургских «паутинок», Никита Калмыков «спасает» винтажное кружево от тех, кто не понимает его ценности. Бренд Никиты Odor по-современному гендерно-нейтрален и по-старинному богат историей поколений.

Модные бренды, использующие русскую символику, обращаются к широкой аудитории, которая ценит культурное наследие и русскую идентичность. Эти символы также становятся предметом интереса иностранных покупателей, которые хотят познакомиться с русской культурой через моду. Популярность русских символов в моде свидетельствует о влиянии и привлекательности российской культуры и ее символов в мировой модной индустрии.

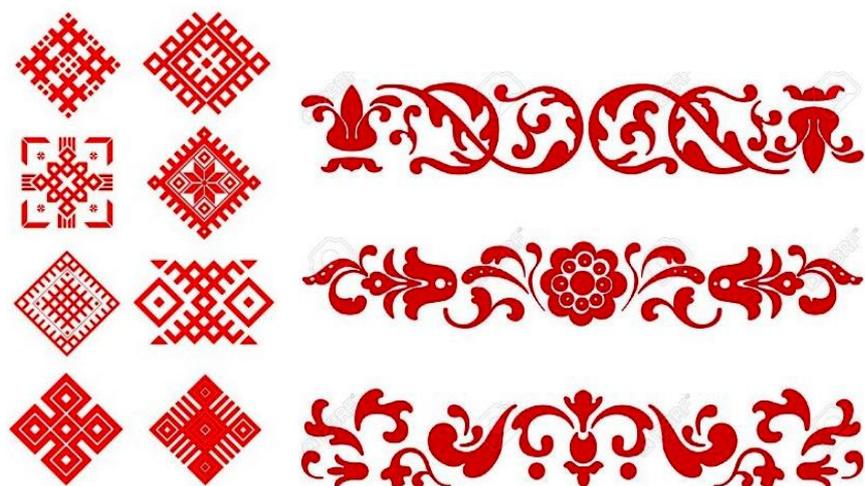


Рис. 1. Растительные и геометрические народные мотивы



Рис. 2. Русские мотивы в костюме



Рис. 3. Коллекция молодежной одежды Дениса Симачева

Список литературы

1. Лукина, Л. В. Эволюция русского стиля в мировой моде / Л. В. Лукина // Вестник Московского государственного областного университета. – 2018. – № 2 (54). – С. 45-53.

2. Амиржанова, А. Ш. Традиционное народное искусство в развитии художественного восприятия студентов направления «Дизайн» : учебное пособие / А. Ш. Амиржанова. – Омск : ОГИС, 2013. – 109 с.
3. Васильева, Е. Система традиционного и принцип моды / Е. Васильева // Теория моды: тело, одежда, культура. – 2017. – № 43. – С. 1-18.

**«СЛОВНО ТРОНУЛ АПРЕЛЬ ТИШИНУ МНОГОСТРУННУЮ...»:
ИЗБРАННЫЕ АСПЕКТЫ ПОЭЗИИ В. КОБЗАРЬ**

М.А. Кулабухова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: kulabukhova-bgiki@yandex.ru

Д.А. Кулабухов

Белгородский государственный национальный

исследовательский университет

e-mail: kulabukhov@bsu.edu.ru

Аннотация. Статья посвящена избранным аспектам поэзии Веры Кобзарь (Белгород). Исследователи, обращаясь к лирике белгородской поэтессы разных лет, выявляют центральные поэтические образы и мотивы, ведущие черты образов лирических героинь, базовые для автора и его художественного мира ценности. Художественный мир поэзии В. Кобзарь – мир удивительный, многомерный, мир любящей, открывающей разные грани пространства и времени, ответственной за всё происходящее женщины (дочери, любимой, матери, сестры, богomoлицы, страстотерпицы, труженицы...). Это земной мир, вбирающий вечно и вечное, оберегаемый и оправдываемый человеком, мир, творимый Господом и по Его законам, это мир малой и большой Родины. Уязвимость, хрупкость и человеческой жизни, и мира объясняет появление в поэзии любви, добра и света В. Кобзарь (поэзии женской души) мотивов духовного ополчения и защиты Родины (России, Русского мира), понятных в каждую из эпох и приобретающих сегодня, в период противостояния России и русофобствующего запада, особое значение.

Ключевые слова: поэзия Веры Кобзарь, судьба Женщины, поэзия любви, добра и света, художественный мир, мотивы дома, семьи, малой и большой Родины, духовно-нравственная и гражданско-патриотическая тематика, формулы земного бытия.

**«AS IF APRIL TOUCHED THE SILENCE OF THE MULTI-STRING...»:
SELECTED ASPECTS OF POETRY V. KOBZAR**

M.A. Kulabukhova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: kulabukhova-bgiki@yandex.ru

D.A. Kulabukhov

Belgorod State National Research University

e-mail: kulabukhov@bsu.edu.ru

Abstract. The article is devoted to selected aspects of the poetry of Vera Kobzar (Belgorod). Researchers, turning to the lyrics of the Belgorod poetess of different years, reveal the central poetic images and motifs leading the features of the images of lyrical heroines, the values basic for the author and his artistic world. The artistic world of poetry V. Kobzar is an

amazing, multidimensional world, a loving world that opens up different facets of space and time, responsible for everything that happens to a woman (daughter, beloved, mother, sister, mother of God, passion, workers...). This is the earthly world, absorbing the real and eternal, protected and justified by man, the world created by the Lord and according to His laws, this is the world of a small and large homeland. Vulnerability, fragility and human life, and peace explains the appearance in poetry of love, goodness and light V. Kobzar (poetry of the female soul) of the motives of the spiritual militia and defense of the Motherland (Russia, the Russian world), understandable in each of the eras and gaining special importance today, during the period of confrontation between Russia and the Russophobic West.

Keywords: poetry of Vera Kobzar, the fate of the Woman, poetry of love, goodness and light, the artistic world, motives of the house, family, small and large homeland, spiritual, moral and civil-patriotic themes, formulas of earthly being.

Сегодня, в условиях возвращения к традиционным ценностям, вневременному фундаменту нашей отечественной культуры, в период самоотверженной борьбы за подлинные высокие смыслы существования и ориентиры России и Русского мира особое значение приобретает не только классика, созданная мастерами прошлого, но и образцы современного искусства, авторы которых являются носителями памяти, культурного кода, духовности, нравственности, идеалов, бережно сохранённых многими поколениями предшественников, созидателей и защитников. Поэзия Веры Кобзарь, имеющая свои самобытные, узнаваемые черты, – яркое свидетельство ревностного наследования автором традиций отечественной словесности, поэзии славянского мира, фольклорных начал и демонстрация своего собственного, неповторимого взгляда на судьбу человека и народа, на историю и настоящее малой и большой Родины.

Художественный мир В. Кобзарь – мир многомерный, земной мир, оберегаемый и оправдываемый человеком, мир, творимый Господом и по Его законам, это мир трепетной, бережно хранящей свою тайну, любящей, готовой к самопожертвованию, открывающей разные грани пространства и времени, вечное во временном, проходящем, видящей Бытие в Быте Женщины (дочери, любимой, матери, сестры, богомолицы, страстотерпицы, труженицы...). В. Кобзарь, «словно искуснейшая рукодельница, вышивает богатейший узор на ткани истории, ведёт с читателем ненавязчивый разговор о человеческой жизни, о то, что в ней важно и ценно» [1, с. 3].

Природа – один из главных «героев» поэзии В. Кобзарь. Обострённое восприятие постоянно изменяющегося мира природы – признак чувственной подвижности, эмоциональной тонкости и изменчивости лирических героинь. Потому здесь и «Весенних громов пережат» («Ты слышишь, как северный ветер...») [5, с. 10], и «чист простор над небом вешним» (а значит побеждают свет, добро, солнечный день), «...ветки ив, как радуги дугой, / Склоняются к разбуженной реке» («На Дону») [5, с. 10], и «лето золотое» («О, жаркий август...») [5, с. 50], и «терпкий запах трав ночных», «...И черёмух гуляют метели» («Холода») [5, с. 72], и «цветистые луга», «солнца щедрого лучи», «льется осени лёгкая ткань», «Травы золотое безбрежье, / Дождей проливных благодать...» («Ты слышишь, как северный ветер...») [5, с. 10], «И поплывут

осенние туманы, / Как светлые и радостные сны» («Пройдет печаль...») [5, с. 8], и «разговор лениво-монотонный», «И солнце катит медленно в зенит, / Целуя купол неба золочёный», и «...надрывно плачут / Над белой кручей летние дожди» («И мир людской, и то, что впереди... Памяти Г. Островского») [5, с. 48], и «...за окном снежок нарядом свадебным / Украшает яблоневый сад» («Рождество») [5, с. 181]. Одухотворённый, многообразный мир природы предстаёт в разных ипостасях и нюансах проявления, потому «...В родимой сторонке / Вербы ветви полощут в реке» («Домой») [3, с. 9]; «Небо колышется звёздною чашей...» («Не стану держать тебя, милый...») [5, с. 20]; «Растворится ночь на весенней лазури...» («О поэзии») [5, с. 72]; «В небе радуга, выгнув спину, / Пьёт прохладную синь реки» («Мне сегодня...») [5, с. 26]; «Свечами выплыли каштаны, / Рассвет встречая голубой...» («Утро») [5, с. 28]; «Зазвенели солнечные струны...» («Пасхальное утро») [5, с. 52]; «И петь устал под утро соловей, / Который сумасбродил до зари» («Бледнеет ночь...») [5, с. 28]; «И гроздь рябин пламенеют, / Как угли в забытом костре» («Бреду по знакомой аллее...») [5, с. 32]; «И на горку выкатится солнце, / Озаря радостные лица...» («Тают звёзды...») [5, с. 43].

Каждое, казалось бы, привычное, обыденное событие в мире природы предстаёт как нечто особенное, как вершинный акт творения: «Как ожерелье дорогое, / Роса горела в лопухах... / Рождалось утро золотое / Под крик шального петуха...» («Утро») [5, с. 28].

Стихотворения В. Кобзарь – «отнюдь не прозаические сюжетные зарисовки, а скорее лирические раздумья глубоко чувствующего человека» [9, с. 7]. В художественном мире Веры Кобзарь, одухотворённом Божьим дыханием, – радости и надежды (например, «Но скоро все вьюги промчатся. / И в нежном дыханье весны / Растают снега, растворятся, / Как светлые зимние сны...» («Пусть снег на следы наши ляжет...») [5, с. 9]; «...Таёт рощица в дымке зелёной, / Солнца свет в каждой луже дрожит! / Вот и старый мой дом побелённый, / И навстречу мне мама спешит» («Домой») [5, с. 68]), печали и волнения («Домишко покосился, словно пьяный, / А в пыльных окнах стынет тишина, / Знакомый двор зарос глухим бурьяном. / Наверно, в этом есть моя вина!» («Малая родина») [7, с. 179]). И радости, и печали даны в этом мире неслучайно. И преображённый испытаниями, когда «надрывно плачут летние дожди», и «...сердца стук всё чаще и больнее», и «...о чём-то вздыхает земля», и «...ночная метелица грустные песни надрывно поёт», человек входит в радостный и благословенный мир, мир простого и ясного земного счастья, когда «...засветит приветно окошко – / Во спасение чьей-то души» («Вечер сломанной сникнет сиренью...») [5, с. 42]. Как и в мире природы, в мире людей, в жизни человека, убеждает Вера Кобзарь, на смену потрясениям непременно приходят времена гармонии, радости, умиротворения: «...Но скоро все вьюги промчатся. / И в нежном дыханье весны / Растают снега, растворятся, / Как светлые зимние сны...» («Пусть снег на следы наши ляжет...») [4, с. 28]; «...поплывут

осенние туманы, / Как светлые и радостные сны» («Пройдет печаль, и будем жить на свете...») [8, с. 69].

Радость земного бытия, открывающегося все новыми гранями, сочетается с сопричастностью человека происходящему: «Любовь тебе будет водою и хлебом, / Радостью тихой, сердечною песней, / И будем с тобой непременно / мы вместе, / Спасибо за это – высокому Небу!» («Мы нашу жизнь не придумали сами...») [5, с. 44]. И потому природа в поэзии В. Кобзарь, предстающая в многочисленных подробностях, является постоянной спутницей лирических героинь: «Мне сегодня легко на сердце, / И природа ко мне добра: / Дождь весенний насыпал в сенцы, / Не скупясь ничуть, серебра» («Мне сегодня...») [5, с. 26].

Земной мир человека, исполняющего Божий замысел, воссозданный здесь деликатно, смиренномудро, любовно, – это не просто узнаваемый, знакомый зримый мир, но и мир звенящий, поющий, не терпящий пустоты: «Только птицы всё кричали, / Не хотели улетать...» («Далеко на косогоре...») [4, с. 8]; «В окне лишь дождик, постучав, спросонок / Расплачется, как маленький ребёнок» («Встреча») [5, с. 99]. Здесь и стрекотанье громкое сверчка, и «лёгкий шорох ветра по стерне» («Ближе к утру звёзды догорят») [5, с. 112], и шуршащие морским прибоем камни («Подарок») [5, с. 22], «...и звонок до самозабвенья / Птенцов окрепший голосок, / И столько жизни в этом пенье!» («О, жаркий август...») [5, с. 50], и дотемна звенит ребячий смех, и далёких громов пережат, и небо звездами звенит, «и тайно о чём-то вздыхает земля» («Женские слёзы – какая безделица!...») [5, с. 51].

Звукам природы – родным и вечным – созвучны звуки, рождённые в мире людей, в котором «...улетает звон под небо вешнее» («К заутрене звонят колокола...») [5, с. 54], «...И на арфе звенит золотая струна!...» («О поэзии») [5, с. 72], «...И под рождённую строкой / Опять шуршит, шуршит бумага!...» («О поэзии») [5, с. 74], «Святой любви неизреченной / И древней мудрости полна, / Поёт поэзии струна» («О поэзии») [6, с. 99].

Самые обычные, казалось бы, звуки бытовой жизни становятся в художественном мире Веры Кобзарь символами гармоничного миропорядка: «Утром рано, медленно и ровно, / По тропке, вдоль ивового плетня, / Пройдёт к колодцу бабушка Петровна, / Как бубенцами, ведрами звеня» («Пройдёт печаль...») [5, с. 8]. И даже высокое молчание становится знаком созидательной жительствовавшей жизни, предчувствием важнейших, решающих событий: «...И дней весенних трубы протрубят / О том, что в мире есть цветы и травы, / И нам простятся многие грехи, / И будем мы с тобою оба правы, Когда родятся лучшие стихи» («Да пусть тебя не трогает тревога...») [5, с. 31]; «Собери благое по крупичам, / Распахни бесстрашные крыла, / И отступит враг, и убоится, / Если грянут все колокола!» («К России») [5, с. 56].

И даже обретение земного, женского счастья для лирической героини В. Кобзарь связано с озвучиванием долгожданной встречи, с реакцией на

родной, любимый голос: «...и в распахнутые двери / Влетел твой голос! Верю и не верю!.. / И кружится от счастья голова...» («Встреча») [5, с. 99].

За кажущейся немногословностью лирики, тем не менее изобилующей различными изобразительно-выразительными средствами, отличающейся точной рифмой, особой музыкальностью, полётностью слова и мысли, – распахивающийся, подобно окну или дверям, мир, в котором всё подчинено вечному движению, всё (реки, снега, росы, зори...) движется по Божьему замыслу. И не остановить этого вечного движения к высокому храму на горе, к первозданной красоте (чистоте) души: «...Чужому горю соучастна, / К вражде и злобе непричастна, / К публичной славе холодна – / Плывёт душа, себе верна» («О поэзии») [5, с. 74].

Заведомая антиномичность явлений Божьего мира, предопределившая систему поэтических образов, позволяет объяснить устремлённость человека к Небу, смирение, духовную крепость: «...Что ты рвёшься, душа, птицей в звездное небо / От земной суеты и от брачных оков» («О поэзии») [5, с. 72]; «...Пока земная жизнь всего / Лишь жажда зрелища и хлеба, / Её удел под Божьим небом – / Ждать дня и часа своего» («О поэзии») [5, с. 73]. Смирненное – с достоинством и верой – исполнение поручение Господа на земле – основа земного бытия («своей дороженьки») лирических героинь Веры Кобзарь, которые искренне молятся, любят, надеются на лучшее, не переставая благодарить – даже вопреки ниспосланным свыше скорбям и печалям – за жизнь и радоваться ей, чтобы «пройти свой путь без ропота» [8, с. 69].

Формулы достойного, радостного, солнечного бытия, создаваемые Верой Кобзарь, обусловленные философией жизни и творчества поэта, складываются из сближения событий человеческой жизни (состояний человеческой души) и явлений мира природы: «Пройдёт печаль, и будем жить на свете / Легко и просто... Силу обрета, / Качнёт березку золотую ветер, / Закружит листья – ласково, шутя...» («Пройдёт печаль...») [8, с. 69]; «...И весело смотреть на то, как снег / От поцелуя оттепели тает, / Как всё кипит вокруг и оживает, / И дотемна звенит ребячий смех...» («Оттепель») [5, с. 12]; «...и жизнь как будто радостней и проще / На фоне улыбнувшегося дня...» («Оттепель») [5, с. 12]; «Высохнут слёзы, утихнет метелица, / Вот уже небо румянит мороз. / Всё перемелется, всё переменится, / Больше не будет причины для слёз...» («Женские слёзы – какая безделица...») («Оттепель») [5, с. 51]; «...Всё лихое заметёт / Светлою позёмкой, / Рассмеются снегири / На берёзе тонкой...» («Снегири») [5, с. 7].

Истоками счастья для героинь Веры Кобзарь, выросшей на волгоградской земле, впитавшей с детских лет от предков дух непокорного казачества, ставшей по судьбе белгородкой, являются не только вера, любовь, семья, малая Родина (которую Вера Кобзарь называет «великой малой родиной <своей>» («Малая родина») [5, с. 57]), но и – вырастающие из судеб отдельных людей и событий – судьба Отечества, Родины большой, ответственность человека за судьбу народа, за будущее России и Русского мира. И потому устойчивыми мотивами поэзии Веры Кобзарь становятся не

только мотив женской, дочерней, материнской любви, мотив дома и семьи, но и мотивы памяти, народа, наследования традиций предков, служения Богом данному Отечеству, требующие особой системы образов, среди которых – образ запасного патрона: «Я запасной, а может быть последний, / Поэтому, моя не спета песня» («Запасной патрон») [8, с. 69]; образы Святой Руси и её защитников, готовых в любой момент дать достойный коварному врагу: «Собери благое по крупицам, / Распахни бесстрашные крыла, / И отступит враг, и убоится, / Если грянут все колокола...» («К России») [2].

Поэзия В. Кобзарь – исполненный любви и света Божий мир, творимый Господом и по Его законам, в котором человек сопричастен всему, что его окружает, мир, в котором – вечное движение, жизнь жительствовавшая, где сквозь обыденное (вещное) просвечивает вечное, а мир души, созвучной природе, мир дома, семьи, малой Родины – исток большой Родины, Святой Руси. Философия жизни и творчества поэта, обращающегося к библейским мотивам, традициям фольклора и отечественной классики, создающего аллюзии, расширяющие в сознании читателя культурно-исторические горизонты, порождает потребность в трансляции ценностей и смыслов отечественной культуры, в формулировке устойчивых формул достойного, гармоничного бытия. Стойко предстоя перед Богом в своём истовом смирении, трепетной любви и деятельностном добре, Вера Кобзарь служит слову, людям и Отечеству своему, создавая поэзию любви, добра и света, представляющую судьбы любящих, молящихся, страдающих, ревностно несущих свой крест женщин и судьбу многострадального, великого Отечества нашего.

Список литературы

1. Грибанова, Т. Ожидание добра и света / Т. Грибанова // Кобзарь, В. П. Ожидание : лирика / В. П. Кобзарь. – Белгород : КОНСТАНТА, 2014. – С. 3-4.
2. Кобзарь, В. П. Белой птицей я в небе парила / В. П. Кобзарь // Литературная Белгородчина. – URL: <http://www.literabel.ru/books/2875-vera-kobzar-beloj-pticzej-ya-v-nebe-parila-stixi-2016.html> (дата обращения: 19.01.2024).
3. Кобзарь, В. Весенний дождь : стихи / В. Кобзарь. – Белгород : Крестьянское дело, 2002. – 56 с.
4. Кобзарь, В. П. Вчера был снег... : стихи / В. П. Кобзарь. – Белгород : Крестьянское дело, 1997. – 40 с. : ил.
5. Кобзарь, В. П. Ожидание : лирика / В. П. Кобзарь. – Белгород : КОНСТАНТА, 2014. – 120 с.
6. Кобзарь, В. П. Светлый август : лирика / В. П. Кобзарь. – Белгород : КОНСТАНТА, 2008. – 104 с.
7. Кобзарь, В. Стихотворения / В. Кобзарь // Писатели Белогорья. В 3 т. Т. 2. Стихотворения. Поэмы / [ред.-сост. : В. Е. Молчанов, М. Н. Дьяченко, В. Н. Черкесов и др.]. – Белгород : КОНСТАНТА, 2014. – С. 178-186.
8. Кобзарь, В. Стихотворения / В. Кобзарь // Роман-журнал XXI век. – 2008. – № 9 (115). – С. 69.
9. Молчанов, В. «Как птица, в небо воспарю...» / В. Молчанов // Кобзарь, В. П. Светлый август : лирика / В. П. Кобзарь. – Белгород : КОНСТАНТА, 2008. – С. 5-7.

СПОСОБЫ ПРОРАБОТКИ НЕГАТИВНЫХ ЭМОЦИЙ И СОСТОЯНИЙ С ПОМОЩЬЮ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА

Р.А. Петракова

Волгоградский государственный институт искусств и культуры

e-mail: Petrakowa.r@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам влияния изобразительного искусства на стрессовые ситуации и негативные эмоции в современном обществе; эффективности помощи от стрессовых факторов; приводятся примеры использования приемов рисунка и прикладного искусства для снижения уровня стресса.

Ключевые слова: стресс, живопись, искусство, негативные эмоции.

WAYS TO WORK OUT NEGATIVE EMOTIONS AND STATES WITH THE HELP OF VISUAL ART

R.A. Petrakova

Volgograd State University of Arts and Culture

e-mail: Petrakowa.r@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the issues of the influence of fine art on stressful situations and negative emotions in modern society; the effectiveness of assistance from stressful factors; examples of the use of techniques of drawing and applied art to reduce stress levels.

Keywords: stress, painting, art, negative emotions.

В эпоху, когда стресс, тревога и эмоциональные проблемы стали неотъемлемой частью нашей жизни, выражение накопившихся эмоций стало необходимо в постоянно меняющемся мире, и нет более приятного способа выплеснуть эмоции – как создание и созидание нового произведения. Искусство и взаимодействие с ним является уникальным и мощным инструментом для исследования, понимания и преобразования нашего эмоционального мира.

Создание произведений искусства может служить способом освободиться от накопившихся чувств и пролить свет на те аспекты жизни, которые могли быть не заметны.

Негативные эмоции, накопленные в результате стрессовых ситуаций, окружающих человека, ежедневно могут оказывать отрицательное воздействие на физическое здоровье, приводя к напряжению мышц и проблемам с сердцем.

В психологическом плане может привести к депрессии, тревожности и другим психическим расстройствам, снижая общее качество жизни и затрудняют принятие разумных решений, поскольку они могут искажать способ восприятия ситуации. Это влечет к снижению работоспособности и истощение энергетических ресурсов организма, его крайней неустойчивости. Такой вид эмоций может оказывать воздействие на отношения с

окружающими, приводя к конфликтам, недопониманию и социальной изоляции.

Способов борьбы со стрессом очень много, и все зависит от того, каково состояние человека и на какой стадии стресса он находится. С недавних пор актуальной терапией стресса является искусство. Примером служит британский писатель и живописец Адриан Хилл. В 30-х годах 20 века Адриан Хилл проходил лечение от туберкулеза в санатории Англии. И на протяжении лечения Хилл занимался живописью, чтобы хоть как-то спастись от мрачных мыслей. Он заметил, что творчество помогает ему отгонять дурные мысли и способствует его выздоровлению. Именно тогда он решился написать книгу под названием «Искусство против болезни». Ключевой задачей арт-терапевта он считал организацию безопасной творческой среды. Со временем ему удалось собрать одну из самых больших в мире коллекций произведений искусства, созданных людьми с психическими расстройствами [1].

Негативные эмоции играют значительную роль в психическом и физическом благополучии человека.

Любой изобразительный и прикладной вид творчества способствует самовыражению человека, раскрытию себя, развивает внимание к собственным чувствам. А также не мало важно, что творческие занятия дают возможность проявлять негативные эмоции в социально-приемлемой форме, что является безопасным методом эмоциональной разрядки. Важно подобрать вид борьбы и проработки негативных эмоций, который мягко поможет индивиду выйти из состояния, которое негативно оказывает влияние эмоциональную и физическую сферу жизни.

Живопись, рисунок, лепка или создание коллажа, могут стать незримой соединяющей нитью между внутренним миром человека и внешней окружающей действительностью. Такие творческие процессы позволяют выявить и проявить эмоции, переживания, которые трудно описать словами. Желание человека выразить свои эмоции, чувства и настроения – один из источников творчества и метод концентрации на своем состоянии, выражением внутреннего мира человека.

Живопись, как и любая другая творческая деятельность, снимает психологическое и эмоциональное напряжение, даёт возможность обдумать свои мысли. Поэтому создание художественных работ может иметь не менее позитивный эффект, чем написание текста. Цвет, форма и линия могут быть использованы для выражения скрытых эмоций. Это может быть возможность визуализировать и изменить негативные эмоции. Различные цвета влияют на эмоциональное состояние. Есть специальное направление – Цветотерапия, в ней используют цвета для стимуляции определенных эмоций и ощущений, и накладывая цвета на мандалу, можно сфокусировать и изменить энергию.

Восприятие цвета часто изменяется под влиянием психофизиологического состояния человека. Например, оно снижается, если наблюдатель устал, и, наоборот, повышается, если ему угрожает опасность. Поскольку цвета влияют на физиологию и психологию человека, с их

помощью можно вызвать ту или иную эмоцию. Другими словами, красный, который является «стоп» цветом, имеет самую длинную волну, которая требует больше энергии, и поэтому оказывает стимулирующее воздействие на мозг. Зеленый и синий-наоборот. Мягкие пастельные цвета вызывают чувство спокойствия, в то время как яркие цвета раздражают [3].

Изображаемая форма предмета на листе может нам многое сказать о состоянии человека, ведь понятия о формах простых тел – это просто нечто врожденное в нашей психике.

Форма – это не просто внешний вид, это мощный инструмент воздействия на сознание и подсознание человека. Ломаные линии и асимметричные формы стимулируют творческое мышление, а нестандартные, динамичные формы создают эффект новизны и неожиданности. Круглые формы часто ассоциируются с гармонией и безопасностью. Острые, пронзительные формы, например, могут вызывать чувство опасности или незащищенности. Таким образом, такая, казалось бы, нейтральная вещь, как форма, может оказывать глубокое воздействие на нашу психику. Есть несколько известных и простых изобразительных подходов, с помощью которых каждый может узнать о своем внутреннем состоянии – отождествление себя с тем, что рисуешь; рисование без замысла, следуя за рукой, рисование того что хотите в данный момент, «коллективное рисование»: этот метод, особенно эффективный, так как способствует сплочению коллектива и установлению между ними доверительных отношений [2].

Моделирование с помощью глины и других материалов способствует тактильному самовыражению, помогает снять стресс и напряжение и сформировать объекты, символизирующие эмоциональные переживания. Этот процесс особенно полезен для выражения боли и сложных эмоций. Специалисты отмечают, что работа с глиной повышает самооценку и дает волю для самовыражения, тренирует моторику, сенсорное развитие и навыков решения проблем. С помощью глины можно научиться исправлять ошибки и, главное, меньше бояться их совершать.

Коллаж дает возможность раскрыть потенциал человека, предполагает большую свободу, является безболезненным способом работы с личностью и опирается на положительные эмоциональные переживания, связанные с творческим процессом. Работая над коллажем, мы погружаемся внутрь собственного «я» и попытаемся найти ответы на волнующие вопросы. Он позволяет посмотреть своим проблемам в лицо, используя доступные средства.

Создавая и рассматривая образы, мы можем интерпретировать свои чувства, разрешать конфликты, превращать негативные эмоции в позитивные и находить выходы из неловких ситуаций.

Созидание произведений искусства и создание творческих работ активизирует различные участки мозга, отвечающие за творчество и визуальное восприятие. К ним относятся области, связанные с моторикой, анализом форм, цветов и воображением.

В процессе выплеска негативных эмоций при помощи выбранного вида творчества способствует развитию внутреннего наблюдения и самосознания, воздействуя на участки мозга, связанные с осознанностью и внутренним восприятием. Погружение в творческий процесс улучшает такие когнитивные функции, как внимание, концентрация, память и решение проблем. Это связано с интенсивной работой мозга в творческом процессе.

Есть множество примеров людей, которые справились с травмой, преодолели тревогу и нашли путь к самопониманию через творческие процессы. Занятие творчеством, независимо от возраста, может улучшить воображение, повысить психологическое благополучие и самосознание и, самое главное, помочь людям справиться с ежедневными стрессами.

Творчество помогает избавиться от неуверенности в себе, преодолеть страхи и тревоги, убирать подсознательные блоки и выразить болезненные чувства, но и переработать их, преобразив в источник внутренней силы и роста. Посредством творчества развивается эстетический вкус, креативность, умение нестандартно мыслить и социально полезные черты личности, а одно из самых важных критериев – это повышение самооценки.

Как видите, искусство является одним из сильнейших и что важно экологичных способов преодоления стрессов, напряжения. Это прекрасная форма эмоциональной разрядки, которая не только уравнивает внутреннее состояние человека, но и приносит удовольствие как от процесса, так и от результата.

Список литературы

1. Искусство против стресса. – URL: <https://artguide.com/practices/1967> (дата обращения: 15.01.2024).
2. Форма и структура. Как форма влияет на восприятие. (2/2). – URL: <https://psychology.tilda.school/book/page-15> (дата обращения: 15.01.2024).
3. Волкова, Ю. А. Психология восприятия цвета человеком / Ю. А. Волкова // NovaInfo, 2016. – № 57. – С. 534-540. – URL: <https://novainfo.ru/article/9819> (дата обращения: 15.01.2024).

НАРОДНАЯ ПЕСНЯ, КАК ЗНАЧИМЫЙ РЕСУРС В ВОСПИТАНИИ ЧУВСТВА ПАТРИОТИЗМА И ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ У ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ

Л.М. Попова

Белгородский областной Дворец детского творчества

e-mail: impbel@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблема воспитания чувства патриотизма и гражданственности среди детей, подростков и молодежи. Исследуются пути решения этой проблемы. Воспитательный процесс основан на использовании ценностного потенциала русской народной песни.

Ключевые слова: патриотизм, гражданственность, воспитание, народная песня, казачья песня, нравственные ценности.

FOLK SONG AS A SIGNIFICANT RESOURCE IN FOSTERING A SENSE OF PATRIOTISM AND CITIZENSHIP AMONG THE YOUNGER GENERATION

L.M. Popova

Belgorod Regional Palace of Children's Creativity

e-mail: lmpbel@yandex.ru

Abstract. The article deals with the problem of fostering a sense of patriotism and citizenship among children, adolescents and youth. The ways of solving this problem are being investigated. The educational process is based on the use of the value potential of the Russian folk song.

Keywords: patriotism, citizenship, education, folk song, Cossack song, moral values.

Одним из самых актуальных и важных аспектов воспитания подрастающего поколения на сегодняшний день является проблема патриотического воспитания и гражданственности. От продуцированных ценностей, активной жизненной позиции, вовлеченности в дела страны зависит не только жизнь отдельного гражданина, но и всей страны. «Важным субъектом социальных перемен, имеющим большую инновационную силу среди народа, является молодежь, которая оказывает значительное влияние на все процессы, происходящие в обществе, является основой его развития» [1, с. 165-168].

Однако, социально-экономические условия, сложившиеся в последние годы, негативно влияют на асоциальное поведение молодежи, ее разобщенность. Потребительская система ложных ценностей, агрессивное поведение, низкая духовность, отсутствие уважения к взрослым, незнание истории страны создают предпосылки для антипатриотического настроения молодого поколения. По мнению И.В. Тихоновского «неплодотворность воспитания началась с потери традиционных форм воспитания, отсутствия нравственных идеалов, утраты семьи как примера воспитания». Эти проблемы «указывают на кризис духовных ценностей молодежи» [2, с. 431-432]. Работы многих исследователей призывают к необходимости организации активной работы по развитию чувства патриотизма, гражданственности ценностных ориентиров у молодого поколения. И.В. Тихоновский призывает к четкому определению целей, задач, направлений в сфере патриотического воспитания, в приоритете которых стоит задача возвращения обществу нравственных идеалов.

Исследователь А.К. Быков пишет: «Патриотическое сознание, патриотически ориентированное мировоззрение, патриотические убеждения характеризуют патриотизм как комплексное личностное качество. Рассматривая понятие “патриотизм”, можно определить его как уважение традиций своего народа, уважение к своему государству, нации, армии, желание к укреплению могущества своей Родины и преданность ей, гордость за ее достижения, сопричастность с историей своей страны» [3, с. 49-50].

В г. Москва среди школьников старших классов был проведен опрос на тему: Какой организации принадлежит главенствующая роль в развитии и воспитании чувства патриотизма у учащихся школ? По результатам опроса, каждый третий старшеклассник отметил, что ведущая роль принадлежит школе, каждый четвертый отметил семью, 15,8% отметили воздействие молодежных организаций, 3,5% отдали свой голос в пользу общественных организаций, 28,1% констатировали отсутствие патриотического воспитания среди старшеклассников.

Семье, школе, различным учреждениям дополнительного образования необходимо работать в единой системе, способствующей главной цели: формированию у детей и молодежи чувства любви и верности к Родине, уважения к истории своего Отечества, становлению морально-нравственных ценностей.

Большим потенциалом в этом вопросе воспитания обладает народная песня. Еще в 19 веке К. Д Ушинский с уважением относился к народной песне, как к многовековому воспитателю русского народа. О любви ребенок слышит с самого детства, она входит в жизнь ребенка с песней. Сначала звучат песни о любви к матери, близким, к животным, взрослея, впитывает в себя песни о любви к родному дому, местности, где живет, о красоте своей малой Родины.

В песне оживляется природа, ей присущи человеческие черты, человеческие чувства и действия: река «поет», ветер «шепчет», земля «согревает», лес «прячет». Почтительно обращение к «седому Енисею», «Енисею-батюшке». Уважительно отношение к «кормилице Волге-матушке», «могучему» Байкалу. В период взросления тексты песен расширяют свои диапазоны и происходит знакомство с героическими и историческими событиями жизни нашего народа, в тексты естественным образом вплетаются темы славящие мужество героев, любовь к Родине, служение Отечеству.

В студии эстрадного вокала «Пятый океан» уже третий год реализуется работа по индивидуальному учебному плану «Казачья песня». В работе по данной тематике задействовано 3 обучающихся из младшей, средней и старшей групп. Востребована, понятна ли казачья песня современным детям? Дважды в год в наша студия проводит отчетные концерты для детей и родителей, на которых мы показываем выученный за полугодие репертуар, делимся с родителями успехами, показываем уровень знаний и умений. Следующий после концерта урок во всех пяти группах студии посвящен обсуждению прошедшего концерта. Дети обсуждают выступления пяти вокальных ансамблей студии, солистов, рассматривают как удачные, так и не удачные моменты выступлений, в заключении обсуждения они выбирают самую лучшую, на их взгляд, песню концерта. Каково же было мое удивление, когда обучающиеся младшей группы (дети 7-8) лет выбрали казачью песню в исполнении старшей воспитанницы Покидовой Ники «Ойся, ты ойся», ведь в отчетном концерте это была единственная народная песня, весь остальной концертный репертуар состоял из эстрадных песен для

детей и песен советских композиторов. Хочется отметить, что обучающиеся младшей группы не только выбрали эту песню, но и спели наизусть первые 2 куплета. Вероятно, принятие и выбор казачьей песни произошел подсознательно, им был понятен и доходчив ее смысл. То есть, вопреки огромному влиянию «попсовой» музыки, звучащей со всех теле и радио каналов, казачья песня нашла отклик в детской душе. После опроса выяснилось, что дети слышали эту песню впервые.

Казачьи песни, это уникальный клад русской культуры. Родились они на окраинах России, где постоянно шли приграничные военные столкновения между разными народами и культурами. Именно здесь, на южных равнинах, развивалась и совершенствовалась песенная традиция, обретая красоту звучания и неповторимость. Казачью песню отличает необыкновенное многоголосие. Казаки поют о бескрайней степи, ее величии, о свободе и мечте о мирной жизни.

Казачьи песни имеют большое историческое значение, являются культурным наследием русского народа. В них звучит память о великих походах и сражениях, о казачьем вожаке Ермаке Тимофеевиче, вольнолюбивом Степане Разине, бригадире Донского войска в русско-шведской войне Иване Краснощёкове, о Семилетней войне 1756-1763 гг., о русском полководце Иване Васильевиче Суворове, об нашествии французов в 1812 году и т.д.

Особенность казачьих песен состоит в том, что они достоверно рассказывают об исторических фактах и реальных событиях, о честности, смелости, силе духа нашего народа, в них выражены лучшие черты русского характера. Стоит обратить внимание, что напевность, динамичность и яркая передача образов, способствовали широкому распространению песен среди народных масс. Эти воспитательные аксиомы и смысловое содержание нацеливают молодое поколение на осознание национальной принадлежности, на понимание таких аксиологем, как нравственность, духовность, уважение к героической истории своей Родины. Таким образом формируются патриотические качества, прививается любовь и уважение к Отчизне.

Одним из показателей востребованности народных песен является создание фолк-групп, которые делают вокальные обработки русских народных песен, включают в эстрадные композиции элементы народных песен. Молодежи известны такие фолк-группы, как: «Калина красная», «Мельница», «Русское поле», «Живая вода» и др. Делая современные вокальные и инструментальные аранжировки, создавая современные композиции на основе народного материала эти группы пропагандируют русскую народную песню. Даже если песни для этих коллективов пишут современные композиторы, то в них прослеживается стиль или слог народной песни.

В репертуаре нашей студии тоже есть народные и стилизованные в народном стиле песни: это и песня Игоря Русских «Пела мама песню русскую», и песня «За тихой рекою» из репертуара группы «Калина красная»

и казачьи песни: «Во саду дерево цветет», «Казачья дочь», «Ойся, ты ойся» и т.д.

Очень интересен опыт сочетания в одной композиции современной эстрадной и фольклорной песен. С обучающейся старшей группы Чисниковой Ириной была разучена песня из репертуара Пелагеи «Песня о птицах» муз. А. Градского сл. Н. Глазкова. Очень привлекла необычная интерпретация, сделанная Пелагеей. Казалось бы, каким образом в одной композиции можно соединить две разножанровые песни? Пелагея предложила свое видение и внутреннее восприятие. Интерпретируя исходный материал, она использовала отрывок из свадебной народной песни «Ой, крякала сера утица». Интересно нестандартное сочетание жесткой современной реальности, в которой человек развлекаясь, убивает «птиц небесных» с трогательной образной историей, лежащей в основе народной песни о серой утке, уходящей из родного дома. Аллегория, глубокий смысл, понятный русскому человеку говорит о том, что в жизни девушки – утицы начинается новый этап, этап создания семьи. В новом прочтении «Песни о птицах» мы видим новый смысл: птица могла бы свить гнездо, вырастить птенцов и жизнь бы продолжалась, но кто-то убивает этих птиц, грубо вмешиваясь в цикличность природы, нарушая ее законы. Рассуждая о смыслах, не трудно уловить связь с современной действительностью, полной зла, грубости и ненависти. В интерпретации песни сталкиваются разнополярные и непримиримые понятия: жизнь и смерть, добро и зло, стремление к свету и падение в бессознательную пропасть. Хочется еще раз обратить внимание на глубину вокальной аранжировки, которая смогла на контрасте показать всю несостоятельность ценностей современного человека, возомнившего себя царем природы, не осознающего, что он просто ее часть, как и все остальное. Воспитанница студии справилась с поставленной задачей, ее проникновенное исполнение оставило яркий след, как в ее душе, так и в душах слушателей.

Почему так ценна народная песня, звучащая из далекого прошлого? Почему она находит отклик в душах современных людей разного возраста? Почему, через века ее поет и изучает русский человек? Почему остается современной через столетия? Потому, что в ней заложены истинные ценности, понятные и значимые для русского народа!

Список литературы

1. Лунева, Е. В. Патриотическое воспитание молодежи как направление реализации государственной молодежной политики (федеральный и региональный аспект) / Е. В. Лунева, Е. А. Веденеева // Молодежь в науке: новые аргументы : сборник научных работ X Международного молодежного конкурса. – Липецк : Научное партнерство «Аргумент», 2019. – С. 165-168.
2. Тихоновский, И. В. Патриотизм как цель воспитания старшеклассников / И. В. Тихоновский // Гуманитарное пространство. – 2020. – № 4. – С. 429-437.
3. Быков, А. К. Интегративная природа патриотического воспитания в образовательных организациях как основание классификации его основных направлений / А. К. Быков // Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки. – 2018. – № 4 (808). – С. 47-60.

ВЛИЯНИЕ НАРОДНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННУЮ КУЛЬТУРУ ЛИЧНОСТИ

Н.В. Солодовникова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования влияния народной художественной культуры на духовно-нравственную культуру личности обусловлена глубокими социокультурными трансформациями современного общества. В эпоху глобализации и технологических изменений особенно важно сохранение уникальности национального самосознания, которое во многом определяется культурным наследием. Народная художественная культура, богатая своими традициями, символами и образами, является мощным фактором формирования личности. Она несет в себе ценности и идеалы, передаваемые из поколения в поколение, способствующие формированию гармоничной личности, обладающей чувством прекрасного и моральной целостности.

Исследование этого влияния приобретает новую актуальность в контексте поиска путей сохранения культурного разнообразия в мире, где доминируют массовая культура и цифровые технологии. Осмысление и применение народного художественного наследия в современной жизни может стать ключом к развитию духовно-нравственных ориентиров личности, укреплению социальной согласованности и культурного самоопределения. В этом контексте, народная художественная культура выступает не только как хранитель традиций, но и как активный участник формирования современного духовно-нравственного ландшафта.

Ключевые слова: народная художественная культура, духовно-нравственная культура личности, фольклор, духовность.

INFLUENCE OF FOLK ARTISTIC CULTURE ON THE SPIRITUAL AND MORAL CULTURE OF PERSONALITY

N.V. Solodovnikova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. The relevance of studying the influence of folk artistic culture on the spiritual and moral culture of the individual is due to the profound sociocultural transformations of modern society. In the era of globalization and technological change, it is especially important to preserve the uniqueness of national identity, which is largely determined by cultural heritage. Folk artistic culture, rich in its traditions, symbols and images, is a powerful factor in the formation of personality. It carries values and ideals passed down from generation to generation, contributing to the formation of a harmonious personality with a sense of beauty and moral integrity.

The study of this influence takes on new relevance in the context of searching for ways to preserve cultural diversity in a world dominated by mass culture and digital technologies. Understanding and applying folk artistic heritage in modern life can be the key to the development of spiritual and moral guidelines of the individual, strengthening social coherence and cultural self-determination. In this context, folk artistic culture acts not only as a custodian of traditions, but also as an active participant in the formation of a modern spiritual and moral landscape.

Keywords: folk artistic culture, spiritual and moral culture of the individual, folklore, spirituality.

Внимание к проблеме духовно-нравственной культуре личности всегда было очень пристальным. Каждое последующее поколение наращивало потенциал культуры и духовности личности. Именно поэтому уровень состояния и развития общества прямо пропорционален духовному потенциалу человечества. Сегодня зародышам духовности человека противостоят могущественные силы материальных потребностей и интересов.

Для каждого образованного человека является абсолютной истиной-без духовности общества не может быть. Альтернативы духовному развитию в любом обществе, в том числе русском, нет.

В связи с этим, в наше время духовного кризиса проблема духовности приобретает еще большую актуальность. Среди социальных ценностей наибольшие возможности влияния на формирование духовно богатой личности, способной к созидательной деятельности, имеет народная художественная культура. Народное искусство способно поддержать открытость системы ценностей, откровенность поиска и выбора ориентации в культуре, что в конце концов воспитывает духовную независимость человека. Для культуры это является важным и значительным потенциалом и фактором ее развития.

Духовно-нравственное воспитание средствами народного творчества – это комплекс согласованных, а также взаимосвязанных по целям, месту, задачам, времени, привлекаемым ресурсам мероприятий, требуемых социально-правовых, информационных, бытовых, психологических, культурно-досуговых условий в процессе осуществления и совершенствования образовательного процесса, что осуществляются всеми его субъектами для удовлетворения соответствующих потребностей государства, личности и общества в целом [4].

Рассмотрим сущность духовности. В педагогическом словаре понятие «духовность определяют как индивидуальную выраженность в системе мотивов личности двух фундаментальных потребностей: идеальной потребности познания и социальной потребности жить, действовать для других» [3].

Народная художественная культура как раз позволяет осознать уникальность и неповторимость мира и себя, способствует развитию духовности человека, расширяет кругозор, формирует позитивные жизненные ориентиры личности и собственную мировоззренческую позицию, способствует самообновлению традиций и норм культуры межличностного общения, формированию понятий об общечеловеческих ценностях и критериях оценки явлений бытия. А человек духовный в той мере, в которой он задумывается над этими вопросами и стремится найти на них ответ. Потеря духовности равнозначна потере человечности.

Сегодня, когда национальное сознание и культура нашего народа возрождается, проблема использования народной художественной культуры с целью духовного развития становится особенно актуальной.

Духовный мир человека начинает формироваться с раннего возраста. Благодаря сильному эмоциональному воздействию народная художественная культура способна через перцептивно-эмоциональный слой психики глубоко донести до сознания человека свои морально-эстетические идеи, вырабатывая соответствующее оценочное отношение к явлениям действительности. Это дает основание для утверждения, что использование народной художественной культуры эффективно влияет на развитие духовной воспитанности в целом.

Е.А. Белецкая и Л.В. Яковлева отмечают, что «развивая личность, формируя самосознание у подрастающего поколения и молодежи, необходимо обращаться к народной художественной культуре, как духовной, так и материальной» [1].

Русская народная художественная культура – это художественное отражение действительности, которое неразрывно связано с жизнью и бытом русского народа. Фольклорные произведения разнообразны, они привлекают своим содержанием, формой исполнения, эмоциональностью [2].

Будучи чрезвычайно образными и эмоционально-воодушевленными, произведения народной художественной культуры развивают ум, изобретательность, сообразительность, возбуждают глубокие чувства и благородные порывы. Народная песня, хоровое пение, календарная обрядность, вертепные действия, игра на народных музыкальных инструментах дают возможность воспитывать глубокие эстетические чувства и переживания. Духовная жизнь человека – это постоянный труд, неустанное творчество, направленное на самосовершенствование.

Духовность – это личный ответ, отношение человека к основным вопросам. Духовность относится к значению, которое человек придает событиям повседневной жизни, живя с точки зрения окончательности. Духовные ценности должны найти должное им место во всех сферах человеческой жизни, потому что потенциально, именно духовные начала – основа жизнедеятельности человека.

Духовность включает в себя ценности, которыми живет человек, особенно его отношения с самим собой и другими людьми, отношение к труд, природа, искусство и культура, его выбор в сфере морали и этики и «сама жизнь».

Духовная культура является самой существенной, ведущей, психологической характеристикой личности. Только тот, кто отдает, причем отдает от всей души и в нашем контексте ради великой цели – духовного становления человека.

В аспекте современного понимания сущности духовной культуры личности определяющим является то, что ученые оценивают ее как целостную характеристику, которая проявляется в различных типах деятельности (эстетической, этической, коммуникативной). Заслуживают

внимания мнения ученых относительно генетических корней означенного феномена. Ученые утверждают, что формирование духовно-нравственной культуры личности происходит в онтогенезе. Безусловно, в процессе ее становления незаурядное место принадлежит младшему школьному возрасту. В ходе этого благоприятного периода развития и социальной адаптации укореняются основы культуры каждой личности. Ребенок находится под влиянием конкретных социально-экономических и этнокультурных устройств общества, семейно-бытовых традиций, обычаев и тому подобное. Все это создает предпосылки формирования всевозможных специальных знаний, умений, навыков, усвоения морально-этических норм, духовных ценностей.

Народная художественная культура, в основе которой лежит народная этика и эстетика, имеет большое познавательное значение, и эстетическое. Методологическая основа народного творчества-это связь с историей общества. Необходимость возрождения духовности общества выдвигает ряд задач, одна из которых-повышение уровня эстетической культуры личности. Важным путем достижения этого является привлечение к культурному наследию родного края, потому что народное творчество важна, неотъемлемая часть духовной культуры.

Каждому народу присущи свои национальные особенности, связанные с природными условиями жизни, исторической судьбой, бытом, хозяйственным опытом, трудовыми навыками. В такой среде выработались четкие представления о том, какие черты и качества характера следует прививать, сложились идеалы человеческой личности. Эти идеи воплощались через сказки, песни, обрядовую поэзию, традиции, обычаи.

Во все времена фольклору были присущи характерные особенности-это коллективный характер созидания, распространения и сохранения; устная форма созидания и бытования; вариантность и коллективность. Важнейшим свойством народной художественной культуры является эстетическое усвоение действительности, художественно-образное, ценностное отражение мира.

Итак, проанализировав проблему влияния духовного влияния народной художественной культуры на формирование личности, попытается определить основные пути формирования духовно-нравственной культуры личности средствами народной художественной культуры.

По нашему мнению, это:

- подготовка специалистов народной художественной культуры, которые должны иметь высокую профессиональную эрудицию, профессиональное мастерство и развитую духовность;
- глубокое и адекватное постижение произведений искусства, особых библейских образов, мотивов и сюжетов, использованных в народных художественных произведениях;
- обеспечение учебно-воспитательного процесса соответствующим количеством пособий и заданий;

– использование интерактивных методов работы (метод драматургии, проектный метод, поисково-исследовательский метод и др...).

Список литературы

1. Белецкая, Е. А. Воздействие народной художественной культуры на самосознание личности / Е. А. Белецкая, Л. В. Яковлева // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2012. – № 3 (40). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-narodnoy-hudozhestvennoy-kultury-na-samosoznanie-lichnosti> (дата обращения: 19.01.2024).
2. Милешина, З. Г. Формирование духовно-нравственных качеств у детей через приобщение к истокам русского народного творчества / З. Г. Милешина. – URL: https://dshi-yazori.bel.muzkult.ru/media/2020/10/12/1243263971/FORMIROVANIE_DUXOVNO.pdf (дата обращения: 16.01.2024).
3. Педагогический словарь / под ред. Андриади И. П., Темина С. Ю. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2023. – 224 с.
4. Попова, Н. В. Потенциал народного творчества в духовно-нравственном воспитании молодежи / Н. В. Попова, А. И. Муллер // Историко-культурное наследие народов Урало-Поволжья. – 2020. – № 2 (9). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potensial-narodnogo-tvorchestva-v-duhovno-nravstvennom-vospitanii-molodezhi> (дата обращения: 19.01.2024).

ДОМА КУЛЬТУРЫ И КЛУБЫ КАК УЧРЕЖДЕНИЯ, РАЗВИВАЮЩИЕ ТРАДИЦИИ НАРОДНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Н.В. Солодовникова

Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. В современном мире, который характеризуется глобализацией, урбанизацией и интенсивным развитием информационных технологий, вопрос сохранения и развития народной художественной культуры становится особенно актуален. Дома культуры и клубы традиционно играют ключевую роль в поддержке и распространении народного искусства, музыки, танца, ремесел и других форм культурного наследия. Они служат важными центрами социальной и культурной жизни местных сообществ, способствуя сохранению идентичности и традиций.

Современные вызовы требуют переосмысления роли и функций этих учреждений. В условиях усиления культурного плюрализма и необходимости интеграции различных культурных групп, дома культуры и клубы могут стать платформами для диалога и взаимопонимания между разными культурами. Также важно изучение и адаптация новых форматов работы, включая использование цифровых технологий для привлечения молодежи и расширения аудитории.

Ключевые слова: дома культуры, клубы, народное художественное творчество, фольклорные коллективы, народные традиции.

HOUSES OF CULTURE AND CLUBS AS INSTITUTIONS DEVELOPING TRADITIONS OF FOLK ARTISTIC CULTURE: FROM THEORY TO PRACTICE

N.V. Solodovnikova
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. In the modern world, which is characterized by globalization, urbanization and intensive development of information technology, the issue of preserving and developing folk artistic culture becomes especially relevant. Cultural houses and clubs have traditionally played a key role in the support and dissemination of folk art, music, dance, crafts and other forms of cultural heritage. They serve as important centers of social and cultural life for local communities, helping to preserve identity and traditions.

Modern challenges require a rethinking of the role and functions of these institutions. In the context of increasing cultural pluralism and the need to integrate different cultural groups, cultural centers and clubs can become platforms for dialogue and mutual understanding between different cultures. It is also important to study and adapt new formats of work, including the use of digital technologies to attract young people and expand the audience.

Keywords: houses of culture, clubs, folk art, folklore groups, folk traditions.

Исследование актуально также с точки зрения практической реализации программ по сохранению и развитию народной художественной культуры. Важно разработать эффективные методы и подходы, которые помогут домам культуры и клубам успешно выполнять свою миссию в современных условиях, обеспечивая доступность культурного наследия широким слоям населения.

Таким образом, данное исследование важно для понимания текущего положения и перспектив развития домов культуры и клубов в контексте сохранения и развития народной художественной культуры, что является значимым для культурной политики, образования и социального развития.

Культурно-досуговые учреждения есть в каждом городе, станице, поселке, селе. Одна из важнейших их функций – популяризация народной художественной культуры и народных традиций.

Современные учреждения культуры клубного типа являются неотъемлемой составляющей социально-культурной жизни, так как всесторонне способствуют творческому развитию населения, удовлетворяют их культурно-досуговые потребности и являются средоточиями сохранения, возрождения и популяризации национальных культурных традиций, обычаев и обрядов. В свою очередь в Белгороде и области, значительное внимание учреждениями культуры клубного типа уделяется этнологическим исследованиям родного края, вопросам сохранения и приумножения достижений традиционной народной культуры, фольклора, любительского творчества, народных ремесел. Это направление было и остается приоритетным в реализации задач по развитию культуры.

Впрочем, в РФ наиболее распространенными заведениями клубного типа являются клубы, дома и дворцы культуры, созданные еще в советское время, а сельские клубы и ныне выступают единственным центром культуры на селе, хотя и не отвечают культурным запросам населения.

В РФ этому вопросу уделяется не достаточно должное внимание, так как досуг коммерциализируется, организация содержательного отдыха отмечается преимущественно однообразием форм работы и проводимых мероприятий, занятия в кружках становятся платными и преимущественно недоступными даже для семей среднего достатка, а сами культурные услуги и культурные продукты являются преимущественно низкого качества.

Однако следует помнить, что деятельность клубных формирований стимулирует творческое развитие, предполагает разнообразие культурно-досуговых и рекреационных мероприятий, создает условия для выявления досуговых потребностей граждан. а потому есть потребность в исследованиях функционирования учреждений культуры клубного типа для совершенствования их работы в контексте современных преобразований.

Вообще, задачей на XXI в. для культуры, является:

- поддержка и поощрение с помощью различных средств и инструментов культурных продуктов и услуг;
- обеспечение их всеобщей доступности, развитие творческих способностей всех граждан, богатства языкового разнообразия;
- улучшение художественного качества культурных услуг;
- поиск новых форм самовыражения, стремление переосмыслить и углубить взаимосвязь между культурными традициями и современными реалиями;
- внедрение современных действенных механизмов менеджмента культуры, которые будут открывать новые культурные инициативы и художественные таланты, поощрять людей к их творческой самореализации.

В свою очередь, в современных условиях сфера досуга имеет важное значение для формирования и самоопределения человека, то есть актуализируется его социально-воспитательный потенциал, но досуговая сфера в РФ имеет свою специфику, что усложняет процесс формирования социально-творческой личности и тормозит общественное развитие. Впрочем разрушение устойчивой традиционной инфраструктуры досуга, возникновение новых коммерциализированных форм досуга, низкий уровень досуговых предпочтений большинства населения вызывают необходимость оптимизировать досуговую инфраструктуру, в частности социально-педагогическими средствами.

Следует обратить внимание на то, что например, во дворцах детского и юношеского творчества есть социально-воспитательные отделы, но содержание их деятельности остается односторонним, так как преимущественно осуществляется организация массовых мероприятий.

Работа Домов культуры и клубов направлена на возрождение, популяризацию народных традиций, обычаев и обрядов, развитие творчества детей, организацию содержательного досуга. Главное внимание уделяется

улучшению работы учреждения культуры, усилению его роли в организации культурного досуга и отдыха населения, сохранению и улучшению материально-технической базы учреждения.

В последние годы наблюдается значительный рост интереса к экспериментальной истории и русской культуре среди молодежи. Это привело к развитию молодежных клубов, специализирующихся на этих темах. Особенно популярным стало ролевое движение, в рамках которого проводятся масштабные исторические реконструкции. Эти мероприятия включают воссоздание традиций народных праздников и знаменательных военных сражений. Участники уделяют особое внимание созданию автентичных костюмов, восстановлению старинных ремесел и сохранению традиционных рецептов национальной кухни [1].

Дома культуры являются организатором и соорганизатором проведения разноплановых мероприятий: торжеств и концертных программ к государственным, городским, профессиональным, календарно-обрядовым праздникам, митингам, вечерам памяти, творческим вечерам, фестивалям и конкурсам разных уровней и тому подобное.

Так, на Белгородчине, при многих сельских домах культуры организованы народные коллективы и ансамбли, осваивающие местный песенный материал, ежегодно проводятся фольклорные фестивали и праздники народного творчества и другие мероприятия.

Следует отметить, что в Белгороде и области функционирует несколько сотен фольклорных и фольклорно-этнографических коллективов, которые собирают, записывают и воспроизводят аутентичный фольклор, местные обычаи и обряды. Среди них можно выделить: Фольклорный ансамбль «Млада», Фольклорный ансамбль «Раздолье», ансамбль народной песни: «Зоренька» Беловского дворца культуры Белгородского района и др.

Эффективным способом деятельности культурных учреждений является осуществление художественно-публицистических просветительских программ, основанных на принципе иллюстрации. Эти программы направлены на исследование и раскрытие фактов и информации о народной культуре, включая как историческое наследие, так и современные фольклорные процессы, происходящие в современной социокультурной практике нашего общества [2].

Между тем, еще до сих пор остаются нерешенными существенные проблемы, в частности несовершенство инфраструктуры, потребительская направленность досуга, внедрение инноваций происходит достаточно медленными темпами, влияющими на удовлетворение культурных потребностей населения, мотивацию к активному досугу, а потому есть потребность в планировании и реализации современных досуговых программ и проектов. Соответственно для улучшения функционирования культурно-досуговых учреждений следует учитывать потребности населения, соответственно им внедрять инновационные услуги, разрабатывать и реализовывать проекты по привлечению спонсорской помощи и грантовых средств. Во многих странах практикуется установление соответствующих

налоговых льгот для частных взносов с целью увеличения внебюджетных источников финансирования.

Также на сегодня дома культуры, в частности клубные учреждения, которые в свое время составляли духовно-культурную ценность, утратили свою первоначальную роль, а вследствие становления новой социальной структуры общества происходит стратификация культурно – досуговой деятельности, что проявляется в значительном сокращении численности сетей традиционных клубных заведений.

Однако следует учитывать, что клубные учреждения, как представляют собой массовые культурно-просветительские учреждения, способствуют организации полноценного досуга и развитию творческих способностей населения и являются основной ячейкой, предлагающей культурные услуги на селе, в районных центрах и небольших городах РФ, то есть в тех местностях где отсутствует альтернатива получения культурных услуг из других источников.

Сейчас модернизация учреждений культуры клубного типа должна быть направлена на удовлетворение культурных потребностей каждого человека нового общества, который испытывает потребность в самоидентификации и рассматривает учреждения культуры как органическую форму своей культурно-досуговой деятельности, творческого самовыражения и социализации. В то же время, наряду с проблемой доступа к культурным услугам существует другая проблема, а именно качества самих культурных услуг и продукта и их конкурентоспособности, что обусловлено в первую очередь низким уровнем мотивации работников культуры, существованием в их сознании старых представлений о культуре а также отсутствием необходимых знаний и навыков по современным технологиям и практикам. Проблема качества культурных услуг наблюдается в большей степени в сельской местности и малых городах, где с каждым годом ухудшается техническое состояние учреждений культуры, в первую очередь клубных учреждений, а сами услуги, с точки зрения населения, являются однообразными.

Впрочем учреждения культуры, интегрируясь в производственную, социальную и культурную жизнь села или небольшого города, становятся важным фактором развития культурной среды, духовной составляющей его социальной жизни, а потому существует потребность в действенной модернизации этих заведений, обновлении их функции, ориентируясь на потребности современного общества.

Список литературы

1. Пуртова, Т. В. Актуализация традиционной народной культуры и развитие программ этнотуризма в Российской Федерации / Т. В. Пуртова // Вестник МГУКИ. – 2017. – № 1 (75). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualizatsiya-traditsionnoy-narodnoy-kultury-i-razvitiye-programm-etnoturizma-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 23.01.2024).
2. Тихоновская, Г. С. Актуальные проблемы реализации народных традиций в деятельности учреждений культуры / Г. С. Тихоновская // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2017. – № 2 (25). – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-realizatsii-narodnyh-traditsiy-v-deyatelnosti-uchrezhdeniy-kultury> (дата обращения: 23.01.2024).

3. Черкасова, Г. В. Теория и методика культурно-досуговой деятельности : учебно-методическое пособие. / Г. В. Черкасова ; Краснодарский краевой колледж культуры. – ст. Северская : [б. и.], 2012. – 89 с.

МИФОЛОГИЯ КАК ЧАСТЬ НАРОДНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Н.В. Солодовникова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. О природе мифа и народной художественной культуры в науке ведутся бесконечные споры. В этом контексте удивительно, как мало внимания было уделено производному от них процессу мифологии как части народной художественной культуры или мифологизации культуры. Речь идет не об отсутствии интереса к конкретным случаям, а об избегании размышлений о самом явлении. В результате фраза «мифологизация» применяется к различным аспектам культуры совершенно без отражения. Можно, конечно, предположить, что мифологизация-процесс настолько простой, что ему не нужно какое-то углубленное размышление. Однако, существует как минимум три группы специфических для нее проблем. Во-первых, термин мифологизация требует уточнения типов происходящих в его рамках событий. Во-вторых, невозможно исключить проблему мифологизации народной художественной культуры из области споров о природе мифа и культуры. В-третьих, любой синхронный анализ конкретной мифологизации должен учитывать диахронные отношения между мифологическими и немифологическими измерениями культуры.

Ключевые слова: миф, фольклор, мифология, народная художественная культура, искусство.

MYTHOLOGY AS A PART OF FOLK ART CULTURE

N.V. Solodovnikova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. There are endless debates in science about the nature of myth and folk art culture. In this context, it is surprising how little attention has been paid to the process of mythology derived from them as part of folk art culture or the mythologization of culture. It's not about a lack of interest in specific cases, but about avoiding thinking about the phenomenon itself. As a result, the phrase «mythologization» is applied to various aspects of culture completely without reflection. One can, of course, assume that mythologization is a process so simple that it does not need any in-depth reflection. However, there are at least three groups of problems specific to it. Firstly, the term mythologization requires clarification of the types of events taking place within its framework. Secondly, it is impossible to exclude the problem of mythologization of folk art culture from the field of disputes about the nature of myth and culture. Thirdly, any synchronous analysis of a specific mythologization must take into account the diachronic relationships between mythological and non-mythological dimensions of culture.

Keywords: myth, folklore, mythology, folk art culture, art.

Обращение к проблеме усвоения духовных богатств родного народа, накопленных поколениями, через развитие интереса к истокам традиционной культуры, этнической истории обусловлено необходимостью повышения национального самосознания молодого поколения как решения важных задач реформирования национального образования на компетентностных началах. Как известно, система мировоззренческих представлений и верований любого народа дает почву для понимания глубинной основы их происхождения.

Слагающаяся из мифов ценностно разнокачественных, мифология как целое побуждает отнестись к ней уважительно и бережно, а в то же время и критически. Фольклор уходит корнями в неопределенно далекие времена. Он составляет первоисток культуры человечества – феномен, из которого со временем возникали все ее формы [3].

Фольклор-неотъемлемая часть народной духовной культуры, устное народное творчество и находится у истоков и основ культурного мифотворчества. Сохранившиеся фольклорные и мифологические образы в произведениях писателей дают возможность изучить их на научном и литературном уровнях. Влияние глубинных пластов народной культуры, выросших в мифологических сказках и легендах появились в подсознательном мировосприятии писателей.

Фольклорный пласт русской культуры невероятно богат и увлекателен. Поэтому время от времени он вызывает интерес ученых, работающих в различных филологических сферах и обращающихся к фольклорным достояниям, анализируя периоды, тематические аспекты, роды и жанры культурных достижений предков. Несмотря на достаточно большое количество таких исследований, все они открывают определенную грань этого вида народного творчества. Объединенные между собой лишь общей темой – мифология и фольклор в русском народном творчестве, – эти труды не отражают единого представления о влиянии древнеславянской мифологии и фольклора на развитие и формирование народной культуры.

Мифология – это совокупность мифов того или иного народа. До недавнего времени в народной литературе и искусстве еще существовало мнение, что миф следует отделять от сказок. В древности сказки понимались как романы и фантастика. Мифы рассматриваются как возможные события. Но следует помнить, что хотя большинство сказок охвачены христианскими преследованиями, все они основаны на древних мифах. В наших сказках вы часто встречаете сходство с этническими религиозными мифами. Мифы отличаются от легенд, они часто рассказывают о реальных людях или реальных событиях. В нашей мифологии фигурам божественного происхождения часто дают человеческие имена, что превращает миф в сказку. Основная трудность в изучении русской мифологии заключается в том, что все письменные документы о древних верованиях критикуются христианством, кроме осуждения языческих богов («демонов»), каждый летописец считает, что ему не нужно объяснять его значение, а трактуется как остаток низкокультурных обычаев, которые христиане не могут принять.

Для человека, который полностью гармонирует с природой, местные боги и мифологические фигуры являются родными и естественными.

Первоначально мифы имели познавательную функцию (обучали, объясняли, заменяли знания об окружающем мире) и культуuroобразующую; составляли основу религиозных верований древних славян (мировоззренческая функция). Передаваясь из поколения в поколение, они укрепляли чувство национальной и культурной самобытности; были источником знаний о предках, их поведении, обычаях и моральных установках; увековечили память легендарных национальных героев; в них сохранились образцы обрядов и ритуалов.

Славянская мифология также является сокровищницей вневременных архетипов (образцов оригинальных мировоззрений), топосов (постоянных мотивов, образов, символов) и литературных мотивов, используемых творцами последующих эпох.

Миф – не жанр искусства, а определённое представление об окружающей действительности. В них есть образность, но это бессознательная образность. Искусство всегда видит разность между собой как отражением реальных явлений и самими явлениями, которые объективно наличествуют в жизни. В значительной мере именно через ритуалы прокладывается путь от древних мифологических структур к фольклору – одной из первых форм НХК [1].

Древнеславянские легенды высоко поэтичны, насыщены оптимистической энергетикой, полны элементов национальной принадлежности. Русская мифология, хоть и сходна по структуре и развитию с мифологией других народов, все же имеет определенное своеобразие и неповторимость.

По наблюдениям ученых, понятие «мифология» охватывает несколько значений. Это и совокупность сказаний одной культурно-исторической традиции, и особая форма мировосприятия, и научная дисциплина, исследующая мифы и мифологические системы [2, с. 176].

В мифе как способе познания действительности природа и человек взаимосвязаны. Они составляют единую систему мировоззрения, где мир познается через человека и наоборот. Поэтому миф нельзя рассматривать как первоначальную форму науки или философии, тем более недопустимо интерпретировать миф как простой вымысел, поскольку «сознание первобытного общества едино. Она не знает раздвоения. Первобытный коллектив не отделяет себя от природы, на которую переносятся внутренне-родовые отношения. Можно считать, что мифология как собрание мифов отражает взгляды первобытных людей на явления природы и жизни, зародыши научных знаний, религиозные и моральные представления, господствовавшие в родовой общине, и художественно-эстетические чувства людей в начале их истории.

Мифологическое сознание практически задало все основные мировоззренческие вопросы: о происхождении мира и человека; о его месте

и предназначении в мире; о путях и средствах возникновения важнейших явлений природы и общественной жизни, культуры и другие.

Человеческая душа постоянно нуждается в единении с миром, поэтому миф всегда будет органической долей культуры. В мировоззрение русских вошли верования и представления многих поколений, которые жили на территории современной России и принадлежали к различным племенам и археологическим культурам. Древние ... славяне оставили эхо своих верований в том многогранном комплексе, который мы сейчас называем русской традиционной культурой.

Мифы как произведения древней народной культуры несут яркую национальную окраску, ведь «... древнеславянская мифология зарождалась и утверждалась вместе с зарождением и утверждением древнерусской государственности». Имеем неопровержимое датирование этого явления: VI тыс. лет до н.э.

Таким образом, на протяжении веков искусство было средством изображения человеческой мифологии и представления различных обычаев и традиций народной художественной культуры. Действительно, фольклор включает в себя и все, чему мы учимся ежедневно: хорошие манеры, семейные рецепты, юмор... Собирая неформальные элементы повседневной жизни, фольклор образует привычки и традиции социальной группы.

Народное искусство в России принимает множество форм: от живописи и скульптуры до танца и музыки. Каждая форма имеет свои региональные и культурные вариации, отражающие разнообразие народов России и его традиций. Народное искусство часто связано с религиозными и культурными событиями и часто изображает мифы, фольклор и повседневную жизнь. Народное искусство играет важную роль в сохранении и передаче истории культуры от одного поколения к другому, а также в его эстетической ценности.

Список литературы

1. Исауленко, А. В. Мифологические основы русской народной художественной культуры / А. В. Исауленко // Образовательная социальная сеть. – 2016. – URL: <https://nsportal.ru/kultura/narodnaya-khudozhestvennaya-kultura/library/2016/12/26/mifologicheskie-osnovy-russkoj> (дата обращения: 18.01.2024).
2. Махлина, С. Т. Теория и история народной художественной культуры : учебник и практикум для вузов / С. Т. Махлина. – Москва : Юрайт, 2023. – 349 с.
3. Степанова, Т. М. О мифологической составляющей фольклора и литературы / Т. М. Степанова, М. А. Алентьева // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2006. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-mifologicheskoy-sostavlyayushey-folklora-i-literatury> (дата обращения: 18.01.2024).

НАРОДНАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО МИРОВОСПРИЯТИЯ

Н.В. Солодовникова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. Народная художественная культура – это часть национальной культуры, общее благо, созданное многими поколениями, которое воплощается в способе понимания традиционного мира, заключенного в словах, памяти и воображении. Это наследие, определяющее специфику региона с его переплетающимся разнообразием и культурным богатством, передающееся из поколения в поколение. Народная культура вырастает из традиции и является ее постоянным элементом, вписанным в глобальное и региональное видение мира и человека, включающее в себя речь, обычаи, обряды и верования сельских жителей. Это еще и тесный контакт человека и природы, уважение к местам и людям, а также верность прошлому, без которых невозможно построить ни настоящее, ни будущее.

Однако следует задаться вопросом: хотим ли мы идентифицировать себя с народным образом мира и хотим ли мы, чтобы старые обычаи, обряды и знания о мире не были забыты? Ответ можно найти в раскрытии собственной идентичности, воплощении в практической деятельности региональных культурных учреждений и органов местного самоуправления, а также местных инициатив (региональные усадьбы, местные музеи бывших деревенских пространств и т.д.) в сочетании с профессиональным описанием региональных разнообразие и полная интеграция деятельности научных работников с учреждениями культуры и муниципальными учреждениями.

Ключевые слова: народная художественная культура, восприятие культуры, традиции, традиционная культура, современная культура, наследие.

FOLK ARTISTIC CULTURE IN THE SYSTEM OF MODERN WORLD PERSPECTIVE

N.V. Solodovnikova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. Folk artistic culture is part of the national culture, a common good created by many generations, which is embodied in the way of understanding the traditional world contained in words, memory and imagination. It is a heritage that defines the region with its intertwined diversity and cultural richness, passed on from generation to generation. Folk culture grows out of tradition and is its permanent element, embedded in the global and regional vision of the world and man, including the speech, customs, customs, rites and beliefs of rural residents. It is also a close contact between man and nature, respect for places and people, as well as fidelity to the past, without which it is impossible to build either the present or the future.

However, the question must be asked: do we want to identify ourselves with the people's image of the world and do we want the old customs, rituals and knowledge of the world not to be forgotten? The answer can be found in the disclosure of one's own identity, the embodiment in the practical activities of regional cultural institutions and local governments, as well as local initiatives (regional estates, local museums of former village spaces, etc.) in combination with a professional description of regional diversity and full integration of activities scientific workers with cultural institutions and municipal institutions.

Keywords: folk artistic culture, perception of culture, traditions, traditional culture, modern culture, heritage.

Народное творчество как явление, передающееся из поколения в поколение и имеющее в основе этнический компонент (традиционную культуру), оказалась востребовано сегодня не только в художественном творчестве народа, но и в воспроизводстве всего комплекса традиций [1, с. 5].

Характеристике современного состояния народной художественной культуры, следует предварить несколько предварительных оговорок.

Народная художественная культура является лишь фрагментом, хотя и чрезвычайно важным, более широкого явления, которым является культура современной деревни. Это тоже отличительная составляющая, которая до сих пор активна и в какой-то степени жива. Деревня – несмотря на значительную степень изоляционизма или консерватизма, на протяжении веков впитывала и ассимилировала новые элементы, в том числе и иностранные. Ярким примером этого является развитие русских колядок – от типологически древнейших новогодних колядок, пожеланий («светских») колядок, до христианских колядок (церковных и народных апокрифов), до так называемых обновленных колядок (с политической или социальной темы).

Вторая оговорка связана с определением. В общих чертах можно предложить два варианта этого определения: более широкое и более узкое понимание. Более широкое понимание носит более социологический характер. В этом подходе народная культура – если использовать определение культуры вообще, – это форма культурной организации широких общественных масс, свойственная тому или иному цивилизационному периоду [4] или, если более простым языком: совокупность продуктов деятельности народных масс: материальных и нематериальных, ценностей, способов поведения, запретов и порядков, словесных и музыкальных текстов, верований и ритуалов и подобные продукты, созданные этим сообществом, которые принимаются, консолидируются и передаются последующим поколениям.

Более узкое понимание, которое кажется более близким к современной практике, связывает или даже отождествляет народную культуру с художественной деятельностью. При таком подходе даже материальные компоненты этой культуры, такие как древние земледельческие орудия, приобретающие эстетические свойства благодаря тому, что они выставлены в музеях и галереях, трактуются как предметы искусства.

Традиционная художественная культура хранит исторический опыт и способно оказать человеку помощь в его противостоянии вызовам современности, формировании оптимистичной предметно-пространственной среды обитания человека, находящегося в полной гармонии с природой, обществом и самим собой. Это искусство помогает человеку сохранять в себе человечность, развивать творческое мышление, интуицию, уверенность в своих силах, самостоятельность в решениях, пр. Произведения народной

художественной культуры содержат знаково-символическую систему, которая позволяет актуализировать культурно-историческое наследие [2].

Делая попытку более общей, но и достаточно сжатой характеристики состояния современной народной культуры, понимая ее более узко, чем широко, автор предлагает представить это состояние как своего рода континуум – по формуле: от традиции к современности. Поэтому мы предполагаем, что современная народная культура является результатом синкретического перекрытия продуктов, явлений и ценностей различного хронологического происхождения, которое в литературе по данной теме называется полистадиальным.

С аналитической точки зрения это разнородные во времени «слои». Их расположение учитывает хронологические этапы развития. Поэтому мы различаем:

Элементы с характеристиками «ископаемых» – это элементы, которые сегодня совершенно мертвы, до такой степени, что их значения не понятны носителям этой культуры и тогда они отвечают исследователю (исследователю), что вспоминают этот ингредиент, потому что их предшественники пели или делали ту же самую песню, и поэтому они тоже ее повторяют. И исследователям также сложно объяснить даже их основные значения.

Еще один архаический пласт, который появляется в современной народной культуре, я описываю как музейный тип под открытым небом – это ингредиенты, которые еще помнят старейшие поколения и сегодня представляются только по запросу. Такова природа многих ритуальных текстов или смысловое содержание орнаментального искусства в вышивке или росписи.

Устаревшие элементы, с другой стороны, представляют собой компоненты современной народной культуры, сфера использования которых ограничена, структура которых упрощена и функция которых может иметь только стилистическую мотивацию, например, придавать достоинство, придавать пышность церемониям или которые являются чисто игровые и т.д. Документация по этому кругу явлений очень широка. В упомянутом репертуаре колядок таков характер песнопений-пасторалей и апокрифических народных колядок – известных и исполняемых в контексте, близком к аутентичному, только старшему поколению. Современное народное ткачество также является явлением такого типа – оно до сих пор выполняется лишь в некоторых районах России.

В последнее время часто возникает мнение, что народная культура сегодня исчезает. Ответ на этот вопрос непрост и не может быть однозначным. С одной стороны, народная культура исчезает, поскольку меняется реальность, определяющая ее существование, с другой стороны, некоторые ее элементы все еще живы или возрождаются или культивируются вполне сознательно. Есть и еще одна сторона фольклора, а именно его коммерческая ценность.

Следует обратить внимание на восприятие народной культуры как традиции, передаваемой из поколения в поколение, богатого опыта и мудрости наших предков, но и ненужного бремени, с речью, обрядами и обычаями, принадлежащими прошлому и связанными с отсталостью старой деревни. Есть еще один аспект. В глобальном мире человеку необходимо что-то близкое, свое место на Земле, и именно такой становится народная культура [3, с. 104].

Народная культура ценится и постоянно вызывает эмоции. Это наследие, воспринимаемое амбивалентно (от принятия до полного отрицания), но оно живое и непреходящее, что является частью реализации функции идентичности и защитной и охранной деятельности, вытекающей из Конвенции ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. Защита этого наследия означает уважение к определенному типу идентичности места, времени и универсальных ценностей, унаследованных и передаваемых из поколения в поколение, но следует помнить об осторожности при включении «придуманных традиций» и реконструкций с «традициями на продажу». в этой деятельности.

Народная культура представляет собой ценность в контексте национальной идентичности, поэтому мы должны стремиться придать ей соответствующий ранг в региональной перспективе. От нас зависит, будем ли мы относиться к нему как к ненужному бремени, отягощающему регион, или как к лингвистическому и культурному наследию (с моральным, символическим и магическим измерением), которому следует придать почетный статус, присущий специфике и самобытности региона.

Еще одной составляющей современной народной культуры являются модернизированные традиции. Здесь традиционный элемент в некоторой степени модернизируется и адаптируется к текущим условиям и обстоятельствам. Простейшими примерами модернизации являются языковые изменения, происходящие в одних и тех же контекстах и обмен материальных культурных эквивалентов, например, «живой» елки на искусственную, конной повозки (как средства передвижения на свадьбе) на автомобиль и т.д.

Вопреки многим упрощенным мнениям, современная народная культура также живо продолжает различные нити традиций. Чрезвычайно красноречивыми примерами тому являются сельские похоронные обычаи, соблюдение традиций сочельника или практику богатых форм народного благочестия. Конечно, это не простое продолжение. Во многих моментах мы имеем дело с модернизацией старых форм и содержания. Например, современные похоронные обычаи включают накрытие не только зеркал, но и телевизора. Однако, традиционный контент реализован по-новому. И это самое главное для сохранения преемственности культуры.

Народная культура – это наследие, которое постепенно забывается, и поэтому послание поколений, указывающее на его защиту, должно быть ясным. Если старшее поколение уйдет, не научив своих преемников уважать прошлое, молодежь не будет знать обычаев своих предков. Мы должны

говорить и писать об этом в Интернете и в книгах, а также поощрять молодых людей разговаривать со своими бабушками и дедушками, прадедушками и участвовать в совместных дискуссиях. Этого можно достичь путем встреч в школах, библиотеках, образовательных центрах, а также летних семинаров.

Также необходимо вернуться к реализации регионального образования в школах и культурного наследия в университетах. Молодежь должна достигаться не только письменным словом, но и иконографией. Иллюстрации, языковые карты и интернет-порталы являются современными инструментами, которые помогают повысить осведомленность о ценности языкового и культурного наследия и в то же время указывают на то, что это ценность, которая исчезает вместе со старшим поколением сельских жителей.

Список литературы

1. Байтуганов, В. И. Народная художественная культура. Теория. История. Современность : методические материалы к лекционному курсу / В. И. Байтуганов. – Новосибирск : Изд-во НГОНБ, 2018. – 124 с.
2. Магомедова, П. Н. Народная художественная культура в системе профессионального образования студентов в вузе / П. Н. Магомедова // Вестник МГУКИ. – 2014. – № 2 (58). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narodnaya-hudozhestvennaya-kultura-v-sisteme-professionalnogo-obrazovaniya-studentov-v-vuze> (дата обращения: 21.01.2024).
3. Некрасова, М. А. Народное искусство России в современной культуре / М. А. Некрасова. – Москва : Коллекция М, 2003. – 272 с.
4. Пантелеева, Л. М. Новые подходы к понятию «народная культура» / Л. М. Пантелеева // Социо- и психолингвистические исследования. – 2021. – № 9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-podhody-k-ponyatiyu-narodnaya-kultura> (дата обращения: 21.01.2024).

ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ ТРАДИЦИЙ НАРОДНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Н.В. Солодовникова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. Традиции народной художественной культуры, обычаи и обряды, передаваемые из поколения в поколение, являются свидетельством наших корней, связи настоящего и прошлого и особого отношения к прошлому, семейных и социальных связей, связывающих людей разных поколений и разное время. Поэтому они представляют собой преемственность нашей традиции, а русская культура и по сей день будет придавать им свою самобытность, свой неповторимый колорит.

Хотя обычаи и ритуалы, как и все другие области культуры, со временем менялись, хотя в ходе этих изменений многие из них исчезли из нашей жизни, в то же время можно наблюдать еще одно необычное, удивительное явление. Это сохранение многих традиционных элементов в русских праздничных торжествах: обычаях, церемоний,

ритуалов, обрядов и аксессуаров очень древнего происхождения. Это еще и повышение интереса и возврат ко многим старым, родным праздничным традициям и сохранение культурного наследия.

Ключевые слова: традиции народной художественной культуры, сохранение культурного наследия, преемственность, возрождение духовных ценностей, культурное наследие прошлого.

CONTINUITY OF TRADITIONS OF FOLK ARTISTIC CULTURE IN THE CONTEXT OF THE NATIONAL PROBLEM OF PRESERVATION OF CULTURAL HERITAGE

N.V. Solodovnikova
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. Traditions of folk artistic culture, customs and rituals passed down from generation to generation are evidence of our roots, the connection between the present and the past and a special attitude towards the past, family and social ties connecting people of different generations and different times. Therefore, they represent the continuity of our tradition, and Russian culture to this day will give them its originality, its unique flavor.

Although customs and rituals, like all other areas of culture, have changed over time, although in the course of these changes many of them have disappeared from our lives, at the same time one more unusual, amazing phenomenon can be observed. This is the preservation of many traditional elements in Russian holiday celebrations: customs, ceremonies, rituals, ceremonies and accessories of very ancient origin. This is also an increase in interest and a return to many old, native holiday traditions and the preservation of cultural heritage.

Keywords: traditions of folk artistic culture, preservation of cultural heritage, continuity, revival of spiritual values, cultural heritage of the past.

Восстановление духовных ценностей и бережное отношение к культурному наследию прошлого является ключевой задачей для нашего общества. Осмысление исторического пути, который связывает прошедшие эпохи с нашим временем, находится в центре исследований ученых. Особое значение при этом придается изучению и сохранению культурного наследия, включая народное искусство, традиции и достижения различных времен. Народные умельцы, своими работами, отражают уникальный взгляд на мир, который передавался из поколения в поколение и нашел свое выражение в разнообразных формах народного искусства, где гармонично сочетаются история, память, традиции и индивидуальное творчество.

Несмотря на устойчивость традиций, все же многие из них отмирают, а многие, будучи устранены из социодинамики культуры на какое-то время способны актуализироваться [1].

Современное профессиональное искусство часто обращается к народному творчеству, видя в нем источник вдохновения и основу для развития культурных тенденций. Народные традиции, уходящие корнями в глубину веков, отражают стремления и достижения людей, внося важный вклад в развитие как материальной, так и духовной культуры. Важную роль в

этом процессе играет устное народное творчество. Устные жанры, такие как сказки, легенды, песни, пословицы и обычаи, формируют творческий взгляд на мир у народных мастеров. Традиции различных народов России оказали значительное влияние на развитие национальных обычаев, ремесел, искусства, а также на формирование морально-этических и общественно-патриотических ценностей.

В культуре каждого общества и в мировой культуре вообще имеется сфера, где наследие живет вечной жизнью непреходящих ценностей, не подверженных бурям и натискам социально-политических изменений [3].

Россия, со своей богатой историей, оказывала значительное влияние на европейскую культуру, прежде всего благодаря своим духовным традициям и выдающемуся вкладу в изобразительное искусство. Народные творческие традиции, глубоко укорененные в христианских ценностях, являются фундаментом российского культурного наследия. Эти традиции способствовали не только развитию религиозного мировоззрения, но и укреплению общественно-патриотических и морально-этических устоев. Религиозные верования стимулировали прогресс в области литературы, искусства и письменности, что в свою очередь обогащало духовную жизнь общества.

Народные традиции оказывают значительное влияние на формирование профессионального видения художников, служа основой для развития их творческого потенциала. Художественный мир этих творцов питается народными мотивами и индивидуальными чертами, что особенно заметно в работах известных поэтов, писателей и художников, которые умело сочетают личные взгляды с народными традициями.

В каждой культуре народное искусство и традиции выполняют роль связующего звена между прошлым и будущим, сохраняя и передавая исторический опыт. Эти традиции влияют на формирование уникальной индивидуальности, особенно среди мастеров народного творчества, и обогащают культурный и религиозный ландшафт общества.

Традиционные народные ремесла, такие как роспись писанок, плетение из лозы, вышивка, бисероплетение, кузнечество, гончарное дело и многие другие, являются бесценным наследием, передаваемым из поколения в поколение. Эти традиции, обладающие глубокими историческими корнями, продолжают существовать и развиваться в современном мире, подчеркивая свою значимость в сохранении культурного наследия. В них отражается стремление к аутентичности и оригинальности, проявляющееся в многообразии форм народного искусства.

В современной среде процесс передачи традиций претерпевает изменения. Мастера сегодня часто обучаются искусству не только в рамках семейных или этнографических традиций, но и через изучение музейных экспонатов, литературы и истории народного творчества, а также в школах и мастерских, специализирующихся на народных искусствах.

Народное искусство и культура испытывают влияние современности. Традиции, идущие от прошлых поколений, обогащаются опытом и

новаторством современных мастеров, сохраняя при этом связь с прошлым. В современном народном искусстве сохраняются древние традиции, однако оно также включает в себя новые технологии, материалы и композиционные приемы, отражающие изменения во времени.

Народное искусство тесно связано с традициями, что позволяет художникам, культурным центрам и произведениям искусства развиваться в рамках своих историко-этнографических традиций. Профессиональные и любительские художники часто обращаются к народным источникам вдохновения, создавая произведения, в которых традиционные мотивы представлены в новом свете.

Народные традиции, которые являются ключевым элементом в передаче культурного опыта и наследия, продолжают развиваться, отражая духовные ценности и этническую уникальность народов.

Нематериальное культурное наследие, передаваемое от поколения к поколению, постоянно воссоздается сообществами при их взаимодействии с природой и формирует у них чувство самобытности и преемственности, содействуя тем самым уважению культурного разнообразия человечества [2, с. 18].

В современном мире возникают вопросы о роли и значении народного искусства, а также о его взаимодействии с профессиональным искусством.

Истоки народных традиций глубоко укоренены в культуре и истории этносов, отражая уникальные аспекты их развития. Современные изменения в народном искусстве заметны, и важно не ограничиваться только сохранением традиций прошлого. Изменения в обществе, потребности и условия жизни приводят к возникновению новых форм народного творчества, которые соответствуют современной действительности.

Создание благоприятных социально-экономических условий является необходимым для развития народного искусства. Правовые традиции народной культуры играют важную роль в этногенезе русской нации и сохранились во многих ее аспектах. Важной является поддержка народных мастеров властями и привлечение молодежи к развитию народного искусства как фундамента современной национальной культуры.

Современное народное искусство, основанное на опыте мастеров, продолжает отражать гармонию с окружающим миром и выражать глубокие гуманистические ценности. Традиции каждого народа вносят вклад в культурное пространство, способствуя духовному развитию.

Современные мастера, хотя и используют наследственные традиции и этно-художественные особенности, порой создают произведения, отличающиеся от классического народного искусства. Например, современная вышивка может утрачивать свою первоначальную семантику, отражая изменения в современном обществе.

Возрождение значимости народного искусства в современной культуре, а также растущий интерес общественности к национальным традициям, фольклору и этнической памяти, является ключевым аспектом его развития. Важно не только сохранять, но и глубоко понимать народные

традиции, адаптировать и переосмысливать их в современном контексте для продвижения народного искусства и его интеграции в национальную культуру, обогащая таким образом общественное сознание.

Таким образом, в наше время народное-декоративное искусство рассматривается как важная художественная ценность, выполняющая многочисленные функции – познавательную, коммуникативную, эстетическую и др. Жизнь подтверждает, что декоративно-прикладное искусство обогащается новыми аспектами философско-эстетического звучания, его содержательная красота нужна человеку, а его художественно-культурная, эстетическая ценность постоянно возрастает. Важно отметить, что декоративно-прикладное искусство-особая отрасль художественной деятельности людей, в продуктах которой предназначенность для практической цели сливается с эстетически целесообразным решением.

В народном творчестве сформированы нормы эстетического мышления народа, каждое рукотворное изделие единое и эксклюзивное, бесспорно не является товаром стандартного изготовления. Индивидуальность мастера, которая впитала в себя социальные, моральные и эстетические идеалы народа, воплотилась в неповторимое произведение на основе общей нормы и образца, такая работа переполнена эстетическим вкусом народа в целом и каждого мастера в частности. Народный вкус своеобразен и создан конкретными историческими условиями, он отличается от эстетического вкуса современного человека и в то же время близок ему. Своеобразие и неповторимость народного эстетического вкуса заключается в том, что красота, созданная на его основе, иная, чем красота профессионального искусства. Она растворена во всем предметном мире, в жизни и быту. И это спасает ее от стандартизации.

Список литературы

1. Герандоков, М. Х., Проблемы преемственности культурного наследия / М. Х. Герандоков, Р. М. Герандоков // Известия Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им. В. М. Кокова. – 2015. – № 1 (7). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-preemstvennosti-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 12.01.2024).
2. Курьянова, Т. С. Сохранение и актуализация культурного наследия : учеб. пособие / Т. С. Курьянова ; науч. ред. О. М. Рындина. – Томск : Издательский Дом ТГУ, 2014. – 82 с.
3. Махмудова, Х. А. Народная культура в контексте охраны культурного наследия в условиях глобализации / Х. А. Махмудова // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2012. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narodnaya-kultura-v-kontekste-ohrany-kulturnogo-naslediya-v-usloviyah-globalizatsii> (дата обращения: 13.01.2024).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НАРОДНОЙ ОБРЯДОВОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ И ПУТИ ЕЁ РАЗВИТИЯ

Н.В. Солодовникова

Белгородский государственный институт искусств и культуры

e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. Проблема взаимодействия традиций и новаций в сфере праздничной обрядности является одной из самых сложных и полемических. С одной стороны, праздники и обряды – самая архаичная форма культуры, которая словно консервирует этнические обычаи, верования, мораль; а с другой – современные праздники гибко видоизменяются под влиянием общественно-политических трансформаций, существует много инноваций. Изучение взаимодействия традиций и новаций в области праздников и обрядов является актуальным направлением культурологических исследований, который поможет выявить традиционные ценности, национальные образцы культуры и механизм культурного подражания.

Ключевые слова: обряд, обрядовая культура, народные традиции, народные праздники, развитие обрядовой культуры.

THE CURRENT STATE OF FOLK RITUARY CULTURE IN RUSSIA AND THE WAYS OF ITS DEVELOPMENT

N.V. Solodovnikova

Belgorod State University of Arts and Culture

e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. The problem of interaction between traditions and innovations in the sphere of festive rituals is one of the most complex and controversial. On the one hand, holidays and rituals are the most archaic form of culture, which seems to preserve ethnic customs, beliefs, and morals; and on the other hand, modern holidays are flexibly modified under the influence of socio-political transformations; there are many innovations. The study of the interaction of traditions and innovations in the field of holidays and rituals is a current area of cultural research, which will help identify traditional values, national cultural patterns and the mechanism of cultural imitation.

Keywords: ritual, ritual culture, folk traditions, folk holidays, development of ritual culture.

Традиции, обычаи и обряды представляют собой особые формы передачи новым поколениям социального и культурного опыта [4] – это своеобразное хранилище нашего генофонда. Однако развитие масс-медиа, глобализационные процессы обуславливают взаимовлияние, взаимопроникновение других праздничных культур на территории региона, обуславливают внедрение традиций проведения новых праздников (Хэллоуин, День Святого Валентина и т.д.). Приведенные данные свидетельствуют о необходимости сохранения народной обрядности, чтобы под влиянием иностранных традиций не потерять духовных достояний предков. Поэтому сегодня так актуально изучать традиции празднично-обрядовой сферы и ее объективации в календарно-обрядовой культуре.

Понятие «культура» – достаточно многогранное, оно объединяет в себе научные взгляды, образовательные концепции, различные формы искусства, моральные принципы, общий уклад жизни и систему мировоззрения определенного человеческого сообщества [1].

«Традиционную культуру» можно толковать так же, но в исторической плоскости. Отделяют понятия «этническая» и «традиционная культура», которые иногда считают почти синонимичными [2].

Под этнической культурой понимают систему проявлений культуры, придающую определенному этносу выраженный индивидуальный характер во время всего периода его существования. Традиционная культура характеризует этап длительного становления этноса во время его цивилизационного развития в виде стереотипов поведения, формирования коллективного самосознания, преобладанием проявлений коллектива над личными проявлениями. С учетом этого, современному информационному обществу трудно поддерживать традиционную культуру, основой которой была система обрядов.

Традиционная культура стабилизирует общество, но тормозит его развитие. Тогда оказывается, что этническая культура-как характер определенного этноса является более устойчивой к внешним воздействиям. Например, традиция носить одежду с вышивкой – это главным образом проявление этнической культуры, а не традиционной, ибо это не сопровождается каким-то традиционным обрядом. Таким образом, проблема сохранения традиционной культуры очень актуальна. Но слово «сохранение» предполагает, что эта традиция существует в виде действующих обрядов как элементов традиционной культуры. Одним из важнейших элементов традиционной культуры были праздники, отмечаемые всем сообществом без исключения. Рассмотрим, что сохранилось из традиционных праздников в общем обиходе, – увидим немного:

Рождество, Маланка, Новый год, Крещение, Масленица, Пасха, а также – традиционная свадьба. Из них Рождество, Крещение и Пасха поддерживаются православной церковью. Тем не менее, эти праздники в современном их виде по большей части трудно назвать элементом традиционной культуры, поскольку они стали отделены от цельных обрядов, а употребляются как повод для собрания семьи или друзей возле вкусной еды.

Большинство не сможет точно сказать – почему они поддерживают эту традицию, просто так принято. То есть, большинство людей не знают и не видят в этих праздниках архаичных элементов, сохранившихся в народных традициях с древности.

Так, праздник Нового года был перенесен во времени и утратил свой традиционный смысл. Некоторые из этих и других обрядов сохранились в более или менее традиционной форме в деревнях. Существует серия архаических обрядов, упоминание о которых сохранилось лишь в песнях [3]. Поэтому ко многим обрядам необходимо применять средства восстановления и реконструкции. Соответственно, речь идет в основном о «сохранении»

традиционной культуры в среде ученых-культурологов, в обращении культурных центров и центров творчества.

Празднично-обрядовая культура России базируется на древних ритуалах и традициях, обозначенных обычным правом, и соединенных с официальными церковными праздниками и обрядами в них, очерченных церковным или каноническим, правом. Задолго до появления христианства, местные традиции и обряды слились с религиозными практиками, создав уникальные церемонии, которые мы наблюдаем в настоящее время. Например, празднование Рождества изначально совпадало с древним праздником зимнего солнцестояния, который символизировал урожай и радость. Это отражено в колядках, где смешиваются сельскохозяйственные, военные, фантастические, свадебные и библейские мотивы. Народные календарные торжества и обычаи воплощают в себе социокультурные ценности общества, охватывая все аспекты жизни человека от рождения до смерти. Продолжительное существование этих традиций и обрядов свидетельствует о духовной силе, устойчивости, цивилизованности и культурной значимости народа, подчеркивая его важность и уникальность в мировом контексте.

Мощнейшее проявление фольклора образования сосредоточено в зимнем цикле календарно-обрядового фольклора. Концентрация основных обрядов и сопроводительного фольклорного творчества в зимний период не только происходит при одновременном ослаблении роли весеннего и осеннего циклов, но и существенно влияет на семейную ритуальную культуру, которая в определенных своих сегментах (прежде всего свадебные и сопроводительная фольклорность) на фоне зимнего церемониала отступает на задний план, делегируя свои основные функции зимним обрядам и песенности [4].

В целом семейно-обрядовая песенность демонстрирует признаки органического переплетения с календарной, иллюстрируя немало общих черт идейно-тематического и художественного планов. Некоторые тексты являются общими для фонда календарно-и семейно-обрядовой песенности (песни к Пляскам святой Меланьи и плясу дружок на свадьбе; некоторые тексты свадебных песен; крестинные и свадебные застольные песни).

Такие черты свидетельствуют о хорошо законсервированном в жанровой системе фольклора русской периферии духе старины. Русский семейный обрядовый фольклор представлен крестинными, свадебными, похоронными песнями и причитаниями. Родильная обрядность в русских селах достаточно полно сохраняет целостность ритуальных магических и практических действий, запретов и оговорок, объединенных вокруг рождения ребенка и его приобщения к роду и общине. Однако сопроводительная песенность здесь, как и почти везде в России, на сегодня очень редкая. Ее содержание в основном сосредоточено вокруг шуток над кумами.

Рассмотрим особенности современного состояния народной обрядовой культуры в России на примере обрядов свадьбы и похорон.

Свадебный обряд достаточно хорошо сохранен в памяти старожилов и сравнительно полно реализуется в живом бытовании, демонстрируя тягость народных традиций и генетическую связанность с обрядовой культурой России.

В рамках предсвадебного цикла на обследованном поприще происходит преимущественно две встречи родителей молодых или их посредников – старостов (первая – сватовство, идти в Сваты; вторая – могорыч, помолвка, договор, пить слово, пить могорыч). Во многих селах вспоминают о промежуточной встрече-знакомстве родителей молодой (молодого) с жильем-хозяйством своих будущих сватов (смотрины), которая с началом XX в. выпадает из структуры свадьбы, оставляя о себе воспоминание в шутливых сказаниях о всевозможных хитростях, к которым прибегали на смотринах с целью скрыть свое реальное состояние.

Сосватывание девушки начиналось речью старостов, апеллировавшей к известному и сравнительно позднему брачному мотиву о купцах и товаре (телочке).

Некоторые из записанных речей апеллируют к описанию красоты девушки, что можно объяснить влиянием традиции, сватальное слово которой в основном основывается на обрисовании девичьей красоты [1, с. 41].

Диалог Сватов в последние сорок-пятьдесят лет теряет свой аллегорический характер, набирая формы делового разговора. После выяснения всех организационных вопросов начинали готовиться к свадебной церемонии. Для свадеб на очерченном поприще в основном характерна раздельная форма торжеств, когда большинство обрядов предлюбезного и частично брачного циклов происходит синхронно у молодой и молодого. Из всех обрядов пригласительного характера максимум внимания перебирают на себя плетение венков. Венец плели (шили, вили, готовили) из барвинка, василька, кое-где из купчаков (в XX в. мода на «живой венок» постепенно отходит, растительную основу вытесняет воск, парафин, бумага или ткань). Слабее представлено действие приготовления обрядового хлеба (калача), что происходило в основном в четверг. В то же время это отнюдь не означает низкой задействованности свадебного хлеба в церемониях: почти каждый обряд предусматривал обязательное наличие калачей. В конце концов хотя и традиция ручного изготовления венца в селах на сегодня почти отошла, Калачи, как правило, продолжают выпекать.

Глубокую консервацию архаичных пластов этнотрадиции свидетельствуют похоронно-поминальная обычаевость и фольклор. В этом обрядовом комплексе, как и в мировоззренческих представлениях о смерти, душе и загробной жизни, наблюдаем тесное переплетение языческих реликтов с христианским познанием. Наиболее устойчиво сохранены на всем обследованном ареале главным образом такие языческие явления как поминальные жертвоприношения, обрядовый смех и обрядовые плачи – причитания.

К поминальным жертвоприношениям относятся различные формы уже упоминавшейся поманы. Во время похорон основная помана направляется от умершего к живому как последний знак памяти о нем. Еще заранее готовясь к смерти, человек припасал тканые полотенца и налавники, подушки, платки, рубашки и тому подобное, которые вручали как поману (передавая через гроб) родственникам и близким во время последнего прощания с умершим. Другую поману в виде мешочка с калачом, рушничком, конфетами получали участники похоронной процессии, а также встречные путники или соседи на т.н. мостиках. Обычай устройства мостиков заключался в том, что похоронная процессия на пути к кладбищу должна была останавливаться определенное количество раз, традиционно 12 или 24, в основном возле колодцев.

На дороге перестилали за поману полотенце, клали на него калач и конфеты, а на колодец – горня с водой и деньги. После того как священник отчитал молитву и процессия двинулась дальше, поману вручали адресатам.

Таким образом, можно отметить, что постепенно все обрядовые традиции теряют свой основной смысл и требуется разработка программы сохранения культурного обрядового наследия.

Возрождение традиций празднично-обрядовой культуры все осознаннее воспринимается сегодня, как важнейшая идейно-нравственная и эстетическая задача современной культурно-образовательной политики государства. Так как, в связи с процессами глобализации постепенно исчезает уникальность народно-обрядовых традиций Руси [3].

Один из путей развития народной обрядовой культуры в России заключается в интеграции традиционных элементов в современную жизнь. Это может быть реализовано через образовательные программы, направленные на изучение и популяризацию народных обычаев, искусства и ремесел. Такие программы могут включать мастер-классы, лекции и интерактивные мероприятия, которые позволяют молодому поколению лучше понять и ценить культурное наследие своего народа. Кроме того, развитие туристических маршрутов, ориентированных на познание народной культуры, может способствовать распространению и сохранению уникальных обычаев и традиций.

Второй путь развития народной обрядовой культуры связан с использованием современных технологий и цифровых медиа для её продвижения и сохранения. Создание онлайн-платформ, посвященных народным традициям, обучающих видео, виртуальных выставок и интерактивных приложений позволит широкой аудитории узнать о разнообразии и богатстве народной культуры России. Также это может включать в себя проекты по цифровой реконструкции и сохранению старинных обрядов, ритуалов и праздников, что способствует их передаче будущим поколениям.

Список литературы

1. Арутюнов, С. А. Этнографическая наука и изучение культурной динамики / С. А. Арутюнов // Исследования по общей этнографии. – Москва, 1979. – С. 24-60.
2. Григорьева, Е. И. Об особенностях Российской народной традиционной культуры и её использовании в культуроохранных технологиях социально-культурной деятельности / Е. И. Григорьева // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. – 2017. – № 1 (1). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-osobennostyah-rossiyskoy-narodnoy-traditsionnoy-kultury-i-eyo-ispolzovanii-v-kulturoohrannyh-tehnologiyah-sotsialno-kulturnoy> (дата обращения: 20.01.2024).
3. Татаринцева, Е. А. Восстановление празднично-обрядовой культуры в современных условиях / Е. А. Татаринцева // Аналитика культурологии. – 2012. – № 24. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vosstanovlenie-prazdnichno-obryadovoy-kultury-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 21.01.2024).
4. Тетерина, Е. А. Исследования русских традиций, обычаев, обрядов. Историографический обзор / Е. А. Тетерина, А. Ю. Питерова // Наука. Общество. Государство. – 2016. – № 2 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovaniya-russkih-traditsiy-obychaev-obryadov-istoriograficheskiy-obzor> (дата обращения: 23.01.2024).

ОРНАМЕНТАЛЬНОЕ ИСКУССТВО В НАРОДНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЕ КАК МОДЕЛЬ ОТРАЖЕНИЯ КАРТИНЫ МИРА ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Н.В. Солодовникова, С.Н. Зенин

Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования орнаментального искусства в народной художественной культуре выражается в необходимости понимания культурно-исторических и духовно-символических аспектов народного творчества. Орнамент, являясь уникальным языком визуального общения, отражает культурные, философские и мировоззренческие идеи, присущие народам и их культурной традиции. Изучение орнаментального искусства позволяет не только сохранить историческое наследие, но и способствует пониманию многомерности и многообразия человеческой культуры.

В контексте современной культурологии и этнографии, исследование орнаментального искусства актуализирует вопросы самоидентификации народов и их культурных особенностей. Орнаменты, будучи одним из древнейших видов искусства, несут в себе сложную семантику, отражающую мироощущение, жизненные ценности и взаимоотношения человека с природой. Их анализ позволяет глубже понять социокультурные процессы, происходящие в обществе, и способствует сохранению уникальных традиций и знаний.

Ключевые слова: орнамент, орнаментальное искусство, народная художественная культура, художественное искусство, писанковая орнаментальная роспись.

ORNAMENTAL ART IN FOLK ART CULTURE AS A MODEL OF REFLECTING THE PICTURE OF THE WORLD OF HUMAN LIFE

N.V. Solodovnikova, S.N. Zenin
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. The relevance of the study of ornamental art in folk artistic culture is expressed in the need to understand the cultural-historical and spiritual-symbolic aspects of folk art. Ornament, being a unique language of visual communication, reflects cultural, philosophical and ideological ideas inherent in peoples and their cultural traditions. The study of ornamental art allows not only to preserve historical heritage, but also contributes to the understanding of the multidimensionality and diversity of human culture.

In the context of modern cultural studies and ethnography, the study of ornamental art actualizes the issues of self-identification of peoples and their cultural characteristics. Ornaments, being one of the oldest forms of art, carry complex semantics that reflect the worldview, life values and relationships between humans and nature. Their analysis allows for a deeper understanding of the sociocultural processes occurring in society and contributes to the preservation of unique traditions and knowledge.

Keywords: ornament, ornamental art, folk artistic culture, artistic art, pysanka ornamental painting.

История культуры фиксирует постоянную потребность человека в ходе его художественного творчества в привлечении «декоративной пластики» орнамента, что в современности достигает апогея. Орнаментальность актуальна в различных видах изобразительного искусства. Логичным следствием такой тенденции современности является рост важности глубокого анализа этого своеобразного и специфического разновидности художественного творчества современного человека. Актуальными также становятся исследования оригинальной сущности и социального назначения орнамента как вида изобразительного искусства в художественном творчестве прошлого, настоящего и проектирования возможных будущих проявлений творческого наследия человека.

В современной мировой тенденции к глобализации и «единению» культуру сближение разных культур и нивелирование их особых характерных черт, орнамент выступает таким феноменом художественной культуры, в котором заложены «универсальные» древние символы и знаки, присущие всем культурам на этапе их формирования.

Возрождение утраченных или забытых национальных традиций в декоративно-прикладном искусстве имеет большое социально-культурное значение.

Специфика феномена орнаментального искусства проявляется в том, что он выступает таким результатом творческой деятельности, систематизирующей течение мыслей и образов художника согласно своему собственному четко-структурированному орнаментальному строению и его характерным особенностям. В изобразительном искусстве форма и образ

подлежат переосмыслению и перевоплощению в соответствии со стилистикой художника, ее характеристиками.

Орнамент поражает, в свою очередь, постоянным «каноническим» формообразованием, которое сохраняется благодаря таким средствам как ритм и симметрия, их проявлениям: аритмии и асимметрии, стиль по стилю, от одной художественной школы к другой. Ярким примером сохранения структуры и форм орнаментальных мотивов является феномен русской народной художественной культуры традиционная писанка, в которой орнамент, с помощью сформированных ритмических и симметричных строений, сохраняет семантико-символические проявления мировоззрения древних славян. Орнамент занимает ведущее место в общей системе художественной культуры, выступая неотъемлемой частью проявлений человеческой деятельности от первичных этапов закладки истоков художественного творчества.

Орнамент (от лат. «ornare» украшать, «ornamentum» «украшение») является рукотворным узором, состоящий из ритмически повторяющихся элементов и украшают любые вещи и архитектурные сооружения.

Орнамент, отображает особенности культуры народа, его уклада жизни и быта, окружающей природы и трудовой деятельности, наличие природных материалов. В течении исторического процесса развития национальных традиций орнаментирования, создавались способы обработки природного материала, мотивы узоров и особенности их композиционного и цветового строя [5, с. 262].

Характерным признаком орнамента является то, что он неизбежно связан с конкретной формой вещи, а это вызывает у некоторых бескомпромиссное восприятие его как вторичный вид искусства, снижение его художественной сущности. Открытость орнамента проявляется в его постоянном взаимодействии с другими видами искусств, что приводит к частичному нивелированию содержательности орнаментальных мотивов при его истолковании. Орнамент предстает таким феноменом художественной культуры, что позволяет разным видам искусств вступать с ним в полисемантические связи. Он является универсальной декоративной формой отражения реальности культуры, тяготея к постоянству и гармоничности, эстетичности форм и линий, что придает глубокую философичность, подчиненность глубинным символическим значениям и смыслам.

Орнамент занимает ведущее место в общей системе художественной культуры, являясь органическим проявлением человеческой деятельности от начальных этапов развития художественного творчества. Он является открытой системой символов и знаков, содержащей информацию о культуре разных народов и цивилизаций. Изучение орнамента, его структуры и роли в художественной культуре позволяет более полно раскрыть культурную содержательность каждого этноса или народности.

Выявление основных художественных принципов формирования орнамента и вариативных (местных, региональных и национальных) образцов их применения позволяет типологизировать средства

формообразования, четко определить основные понятия, функции и роль орнамента в декоративно-прикладном и изобразительном искусстве в целом, а следовательно, признать разновидностью изобразительного искусства, имеющего свой категориальный аппарат («рапорт», «мотив», «орнаментальный темп», «направление движения симметрии», «движение симметрии» и т.п.) и подчиняется общей изобразительной системе, на основе ее структурных элементов (фактуры, цвета, знака, линии, тона, контраста, плоскости, образа и объема).

Содержательное наполнение орнамента основывается на присущей ему системности, то есть на определенной организации структурных элементов, основных формообразующих средствах ритме и симметрии. Орнамент поражает постоянным, «каноническим» формообразованием, достигаемым этими средствами и их проявлениями: аритмией и асимметрией.

Так, например, писанковая орнаментальная роспись является образцом самодостаточности орнаментальных мотивов как сложных художественных декоративно-композиционных решений, независимо от других искусств. Содержание определенных символических изображений в орнаментах теряется в результате замены их элементами декоративной росписи, лишенными какого-либо магического значения. Однако традиционно предвзятое отношение к нововведениям кое-где в России до сих пор позволяет сохранять в росписи писанок элементы орнамента тысячелетней давности, в которых кроется семантика древних символов и знаков магии, древней медицины и религиозных верований прошлых эпох.

Существует глубокое символическое содержание орнаментальных элементов и мотивов, своеобразных для каждого региона России. Им присущи проявляющиеся региональные особенности: в общей колористике орнамента; по решению отдельных элементов; в цветной или графической насыщенности фона рисунка. Синкретичность орнамента заключается в синтезе магических, языческих и христианских символов и знаков, ее орнаментальных мотивов, в привлечении писанки к магическим и ритуальным действиям, языческим и христианским. Комплексный анализ орнаментальной окраски позволил раскрыть сущность, роль и специфику орнаментального искусства в русской художественной культуре.

Охватывая все стороны человеческой жизни, орнамент в той или иной форме проявляется во всех аспектах традиционной культуры, поэтому мы встречаем его и в народном изобразительном искусстве, и в фольклоре. Об орнаменте также можно говорить и как о категории сугубо этнической, когда речь идет о мировоззренческой символике, уровне этнических и прочее этнических черт в культуре. В общем, орнаментику вполне можно считать определенным образом оформленным этническим стереотипом, который проявляется в способе исполнения, определенных наборах знаков, форме узоров.

Из-за такой многоплановости орнамента, как явления культурно-художественного, универсальной его формулы пока не создано. Каждый вкладывает в это понятие содержание, соответствующее жанровым и

стилевым характеристикам в искусстве, или определенным культурно-философским взглядам. Известные определения орнамента обычно представляют собой различные точки зрения, основанные на конкретных областях искусства. Например, исходя из принципов станкового искусства, орнамент определяют как «систему художественных знаков, изобразительных или абстрактных, которая, придавая архитектурный порядок реальной поверхности, не требует от зрителя включения в другую пространственную и духовную среду» [1, с. 31].

Когда же говорят об «орнаменте вообще», «опосредованном», не имея в виду его предметности, то иногда считают, что «орнамент... не создает своего обособленного... художественного мира... он отделяет аморфное, не имеющее зримой структуры, устанавливает масштаб, систему визуального отсчета» [1, с. 32].

То есть, «орнамент в данном случае может выступать и как средство организации неконкретного, абстрактного пространства в предметное, понятное, возможно, – текстовое. Из-за определенных своих особенностей, в частности, из-за того, что он «интересуется» именно пластично-цветной сущностью тех предметов, которые порождают мотив декоративного узора» [2, с. 225], орнамент используется в различных художественных жанрах и может приобретать свойства того жанра, в котором он был создан. То есть, подход к орнаменту, способы его исследования и определения его функций всецело зависят от того, какое направление (искусствоведческое, этнологическое или культурологическое) выбрано и что именно из характерных черт орнаментики взято за основу.

В народном творчестве орнаментация занимает важное место. По определению Н. Макаренко, «все искусство народа напрямую связано с этим участком творчества: либо от него исходит, либо к нему шествует» [3, с. 47]. Как целостная орнаментально-образная система, народное искусство формировалось на протяжении не одного века, поэтому элементы и мотивы орнамента были отшлифованы в своем изобразительном плане. Но варьируясь в разных видах народного декоративного искусства, они могут быть как тождественными по содержанию и образности, так и отличаться, иногда существенно. Одни и те же элементы и мотивы, воспроизведенные в разных материалах, разными способами, могут совпадать, а могут и не совпадать по конкретным содержательным и образным нюансам.

Орнаменту (или же «орнаментальное творчество») недаром иногда сравнивают также с музыкой и танком. Некоторые исследователи народного искусства относят орнаменту к так называемому «изобразительному фольклору», выделяя его в отдельный вид. Так же, как и музыка, орнамент подчиняется законам ритма, композиции. Этот опыт передавался из поколения в поколение веками, накапливаясь в народной памяти, сохраняя секреты творчества, выражавшиеся в устойчивых композиционных системах орнаментов. Как явление художественное, орнаментика подчинялась общим законам развития народного искусства, в частности – законам системы композиционных закономерностей.

Мы подробно останавливаемся на этом, потому что как раз из-за основных понятий этой системы, а именно – «канон» и «традицию» – орнамент перестает быть чисто художественным проявлением, он начинает действовать как культурологический источник. Канон и традиция тесно связаны: традиция сохраняет и восстанавливает канон, канон сохраняет и восстанавливает традицию.

Под понятием «канон» в данном случае рассматривается комплекс мировоззренчески-эстетических и художественных концепций, сочетающих в себе набор характеристик, в частности, мировоззренчески-эстетические нормы, набор устоявшихся пространственных форм, иконографию образов и орнаментальных мотивов, композиционные стереотипы и структуры, художественно-технические рецепты и приемы исполнения.

Следовательно, принадлежа к разновидностям искусства, являясь явлением каноническим, орнамент одновременно может быть охарактеризован как своеобразный хранитель этнокультурных традиций, иными словами, орнамент действительно может выступать как зримое, зафиксированное на предметных объектах проявление этнических стереотипов. В общем, когда мы обращаемся к взаимоотношениям понятий «орнаментика» и «культура», то выясняется, что «орнаментальность является понятием более широким, чем обычная система форм или отстраненных образов, а именно – художественно-смысловым проявлением основных закономерностей бытия».

То есть, кроме чисто художественных форм бытования орнаментики, можем говорить и о формах бытия. По нашему мнению, как раз в этом и заключается специфичность бытования орнаментики, «орнаментального фольклора» в традиционной культуре.

Узоры с древом жизни и сидящими на нем или около него птицами встречаются в прикладном искусстве Древней Руси, в средневековой вышивке, распространены они были и в крестьянском искусстве России прошлого столетия [4].

Говоря об орнаменте как о явлении, присущем народному искусству, мы подразумеваем то, что он является более частой этнической культуры, одним из проявлений этнической психологии, изобразительным проявлением элементов мировоззрения. Уникальность орнаментики заключается в том, что она в своей символике, в своей знаковости может объединять все явления, присущие традиционной культуре. Из-за этого смысловая значимость орнамента традиционного народного искусства проявляет себя лишь в контексте вида, при том, что элементы и мотивы могут быть те же.

Сейчас большое внимание уделяют изобразительным (или же иконографическим) характеристикам орнамента, поскольку именно они в наше время выходят на первый план в сфере бытования орнаментики. Кроме того, именно иконография в орнаментах оказывается более устойчивой к различным воздействиям, в частности – моде, другим этническим заимствованиям, мировоззренческим изменениям, в данном случае чаще инновации заключались в увеличении или уменьшении отдельных

орнаментальных мотивов (собственно, новизна заключалась скорее в распространении новых изображений, в частности – это растительно-цветочные орнаменты «брокар», распространившиеся вместе с вышивкой в технике «крестик»).

Чаще изменения можно наблюдать в номинативной сфере, что связано с эволюционными процессами в хозяйственной деятельности, мировоззрении, обществе. На протяжении веков в русской народной орнаментике развивались два главных направления: геометризация форм, с одной стороны, и их реалистичное воспроизведение – с другой. Полунаатуральное хозяйство и ограниченные возможности художественного обмена и информации, характерные для традиционного русского общества, фактически, до середины XIX в., создали условия, в которых и мастер, и потребитель принадлежали к одной социальной среде. С конца XIX – начала XX в. в народной орнаментике наблюдается влияние печатных образцов дня стилизованно-натуралистического вышивания «крестиком» цветов, что быстро распространялось и начало вытеснять древние местные техники и узоры. Зато традиционные узоры для вышивок стали заимствовать для резьбы, керамики. Формы орнамента постепенно измельчались, его ритмы становились частыми и монотонными, распространилась полихромность даже в тех регионах, где традиционными были монохромность или бихромность. «Стиль, созданный из одного материала, слишком часто адаптируется к другим материалам. Итак, например, мы видим геометрический орнамент на ткани, на дереве, на писанках...».

Таким образом, орнаментика даже в чисто внешних своих проявлениях предстает не только как константа, каноническая в иконографической сфере, но и как такое явление традиционной культуры, которое живет той же жизнью, что и традиционное общество, подпадая под те изменения, которые происходят с ним: «орнаментация имеет в себе силу различных признаков, что ими тая сутки, когда она была появилась, отличаются друг от друга: или предыдущей, или следующей» [6]. Но народная орнаментика, как и все народное искусство, не только отражает эстетические вкусы народа и его представления о прекрасном.

Ошибочным будет подход к орнаментике как к явлению чисто художественного. Она содержит в себе большое количество разнообразной информации, которая касается не только эстетических предпочтений и художественных вкусов народа, но и его мировоззрения, истории. Причем, когда говорится о хронологических уровнях бытования орнаментов, то сразу можно проследить, как меняется соотношение различных их функций, как постепенно орнамент покидает мировоззренчески-духовную сферу и остается преимущественно в сфере декоративно-утилитарной. В современной культуре орнамент воспринимают главным образом как украшение, декор, но когда-то этим узорам придавали важное значение. На древних этапах существования человечества «орнаментальный узор на сосуде, на оружии или на лице охотника – это знак культового содержания, загадочный или лишенный содержания лишь для не секретных».

Начало становления орнамента относят не к тем временам, когда значение символических изображений уже начало забываться, а к более ранним. Орнаментальная резьба XX-X тыс. до н.э. является не только символикой, но и декором; это касается и прекрасной высокохудожественной рисованной керамики VI-III тыс. до н.э. По мнению некоторых ученых, возникновение орнаментальных систем связано с состоянием перехода от охоты к земледелию. Вполне возможно, что такое утверждение будет справедливым, если говорить не о возникновении, а о становлении или даже унификации определенных знаково-орнаментальных систем, как и зародившихся гораздо раньше.

Даже при изменениях в культово-идеологических сферах древняя символика оставалась достаточно стабильной, например, в орнаментике восточных славян и почти до конца XIX в. в орнаментах сохранялись древние языческие символы, несмотря на многовековое господство христианства. Орнамент, следовательно, происходит из сферы сакральных знаков и символов, которые были одним из самых стойких достояний традиционной культуры.

Орнамент на ритуальных вещах, оружии, одежде и украшениях становился фактором переноса человека в центр мировых событий. С этими узорами и изображениями община или племя получала свое космогоническое пространство с определенными в нем факторами взаимодействия человеческого начала и природной среды.

Отголосок этого можем встретить в Славянском обрядовом фольклоре. Здесь орнаментированные изделия (например Одежда, Ткани и другие вещи) и сам процесс их изготовления и орнаментации (ткачество, шитье, вышивание) выглядит как определенное ритуальное действие, иногда это даже приобретает вид путешествия в потустороннее (или же связи с потусторонним миром).

Итак, орнаментика, как культурномистецкое явление, возникает в чрезвычайно отдаленную от нас эпоху. На ранних этапах своего существования она в большей степени принадлежала к области культовой, входя в среду сакральных знаний. Знаки орнаментов несли в себе большое количество разноплановой по характеру информации, которую сейчас мы не можем воспринять полностью, поскольку «один и тот же символ мог в разные культурноисторические эпохи иметь разную семантику». Но и та участь знаний, которая становится доступной благодаря раскрытию отдельных знаков и функций орнамента, открывает огромный простор для исследований в области этнической истории, истории культуры, истории народного искусства. Орнаментика в традиционной культуре играла чрезвычайно важную роль, аккумулируя в себе достояние народа в области искусства и его знания об окружающем мире. Перейдя в наше время почти окончательно в сферу декоративного, народный орнамент, однако, хранит в себе еще много загадок и информации о далеком прошлом нашего народа, его этнической истории и культуре.

Список литературы

1. Герчук, Ю. Структура и смысл орнамента / Ю. Герчук // Декоративное искусство СССР. – 1979. – № 1. – С. 31.
2. Каган, М. С. Морфология искусства / М. С. Каган. – Ленинград : Искусство, 1972. – 440 с.
3. Макаренко, Н. Искусство Древней Руси. У Соли Вычегодской / Н. Макаренко. – Петроград : Свободное искусство, [1918]. – 157 с.
4. Масалова, Е. В. Орнамент как «Связующая нить» современного и традиционного искусства / Е. В. Масалова // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ornament-kak-svyazuuyuschaya-nit-sovremennogo-i-traditsionnogo-iskusstva> (дата обращения: 22.01.2024).
5. Орехова, А. В. Влияние народных орнаментов на развитие эстетического вкуса младших школьников на уроках изобразительного искусства / А. В. Орехова, Л. Х. Аблямитова // Традиции и инновации в педагогике начальной школы : сборник научных трудов. – Симферополь, 2021. – С. 261-265.
6. Рыбаков, Б. А. Прикладное искусство и скульптура / Б. А. Рыбаков // История культуры Древней Руси. – Москва ; Ленинград : Искусство, 1951. – Т. 2. – С. 399.

ПРОЦЕССЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ТРАДИЦИИ В НАРОДНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

Н.В. Солодовникова, С.Н. Зенин

Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: solodownikova@mail.ru

Аннотация. Традиция играет особую роль – она влияет на форму социальной идентичности, позволяя как личности, так и сообществу идентифицироваться в меняющемся мире. В условиях высокоразвитой современности все более распространенным явлением становится влияние отдаленных событий на происходящее в непосредственной близости и на внутреннюю структуру личности.

В эпоху глобализационных процессов размышления о глобализации как основном факторе влияния на традиции в народной художественной культуре кажутся тревожным вопросом. Это связано с опасениями по поводу защиты культурного наследия, которое меняется из-за распространения товаров и услуг. С одной стороны Интернет и глобальные коммуникационные сети предоставляют уникальные возможности для обмена культурными ценностями, идеями и творчеством, что способствует возрождению традиционных ремесел и искусственных практик. С другой стороны, процессы глобализации представляют угрозу для сохранения уникальности и подлинности народной художественной культуры.

Ключевые слова: глобализация, традиции, художественная культура, глобальная культура, современные технологии.

THE PROCESSES OF GLOBALIZATION AS THE MAIN FACTOR INFLUENCING TRADITIONS IN FOLK ART CULTURE

N.V. Solodovnikova, S.N. Zenin
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: solodownikova@mail.ru

Abstract. Tradition plays a special role – it influences the form of social identity, allowing both the individual and the community to identify themselves in a changing world. In the conditions of highly developed modernity, the influence of distant events on what is happening in the immediate vicinity and on the internal structure of the personality is becoming more and more common.

In the era of globalization processes, thinking about globalization as the main factor influencing traditions in folk art culture seems to be an alarming question. This is due to concerns about the protection of cultural heritage, which is changing due to the proliferation of goods and services. On the one hand, the Internet and global communication networks provide unique opportunities for the exchange of cultural values, ideas and creativity, which contributes to the revival of traditional crafts and artificial practices. On the other hand, the processes of globalization pose a threat to the preservation of the uniqueness and authenticity of folk art culture.

Keywords: globalization, traditions, artistic culture, global culture, modern technologies.

Художественная культура и традиции

Художественная культура находит свою основу в традиции, которая представляет собой совокупность взглядов и ценностей, распространяемых последующими поколениями для ритуализации повседневной жизни.

Как отмечает Т.И. Сулова, «Отечественная культура традиционно опирается на те ценности, которые имеют статус общезначимых, глобальных, так как находит им подкрепление в смысловом поле своих культурных установок и традиций, своем опыте. Но, как видим, эти универсальность и общезначимость существенно и полярно противоположны заданной современным Западом массовой культуре» [5].

Новое время характеризуется ослаблением роли традиции. Если раньше традиция (как и культура) была обусловлена заранее заданными рамками, то сейчас в условиях глобализации трудно требовать «культурной верности» данному сообществу. Традиция – это ориентация на прошлое, при которой прошлое оказывает мощное влияние на настоящее или, точнее говоря, используется для оказания мощного влияния на настоящее .

В свою очередь, по мнению В.В. Деркача, традицию можно рассматривать на трех уровнях: функциональном, объективном и субъективном. Функциональный уровень касается передачи ценностей конкретной социальной группы (эмоциональный характер). Во втором случае важен способ передачи ценностей, а традиция в субъективном смысле касается отношения членов сообщества к прошлому [1].

Традиция организует память сообщества, связывая прошлое с настоящим; прошлое не является существующей конструкцией, а по своей сути воссоздается на основе настоящего. Эта реконструкция имеет

коллективное измерение, поскольку происходит благодаря взаимодействиям внутри данного сообщества, где предыдущий опыт сообщества передается последующим поколениям. Традиционно передаваемые ценности уже не такие, как раньше; они постоянно реконструируются заново в настоящем, интерпретируются применительно к текущему опыту. Однако вновь сформулированное содержание не является чем-то отдельным от существующего культурного ресурса, видимого в традиции; они представляют собой своего рода обновление старых ценностей до современных требований. Повторяемость практик связана с воспроизведением событий, имевших место в прошлом, что создает связь между настоящим и прошлым в сознании участников ритуала, осознающих это состояние. Опыт сообщества связан с ритуалами, которые представляют собой деятельность, поддерживающую присутствие традиций внутри данного сообщества. Социальный аспект практик «заставляет» личность участвовать в этих практиках во избежание негативного мнения со стороны окружения или даже более серьезных санкций; «Традиция описывает не только то, что “делается” в обществе, но и то, что “следует делать”» [2, с. 81].

Исторический процесс формирует канон элементов, интериоризированных обществом, с целью его объединения, позволяя выделить его среди других сообществ за счет сочетания фатических (народных/религиозных) элементов с элементами явно материального характера, что наиболее полно отражается в культуре данного общества.

Воссоздание традиций меняет смысл ценностей, разделяемых сообществом; использование традиций требует интерпретации, которая зависит от особенностей личности или группы, анализирующей существующее содержание, а также текущей социальной ситуации.

Попытка четко артикулировать традицию происходит в кризисных ситуациях, когда сообщество должно консолидироваться перед лицом конкретной угрозы. Без серьезных причин традиция не представлена четко, однако формы ее проявления постоянно присутствуют в сознании общества через повседневные практики, совершаемые почти бездумно, рутинно.

Изменение элементов традиционного канона требует адаптации к новой ситуации, что часто создает проблемы: с того момента, как мы стремимся к самоопределению, особенно оригинальному, возникает потенциальное несоответствие между существованием и к которому мы стремимся и к существованию, которое другие готовы нам признать. Это пространство признания, на которое мы претендуем, но другие могут от нас отказаться. Мировоззрение, профессиональные и религиозные установки, а также стереотипы, разделяемые человеком, трудно изменить, что может создавать напряженность в макросоциальном масштабе. Художественная культура и нация – это не просто сложные, исторические понятия, но содержат разнородные и противоречивые понятия, подтексты.

Во многом глобальную культуру можно рассматривать как культуру массовую, имеющую свои достоинства и недостатки. К позитивным сторонам относится сравнительная доступность ее культурных ценностей,

подкрепляемая общей информационной средой и распространенностью технических средств доступа к ней в виде различных гаджетов; наличие общекультурного уровня, заданного развитыми странами, к которому волею-неволею подтягиваются культурные нормы и стандарты менее цивилизованных сообществ; ориентация на личностное проявление каждого; появление межнациональных культурных инфраструктур, успешно продвигающих глобальную культуру [3].

Место и осведомленность

Определение смысла поведения индивида связано с местом, в котором индивид функционирует. Сообщество, являясь носителем ценностей, транслирует в процессе социализации определенную модель мировосприятия, образцы отношений, которые целесообразно реализовать индивидуумам для достижения наилучших результатов гармоничного существования в обществе.

Чувство принадлежности к определенному месту имеет важное значение для построения своей идентичности; это оправдано и в традиции, которая представляет собой форму передачи ценностей, формирующую ощущение собственной самобытности: «Традиция претендует на право иметь привилегированное понимание времени; однако он имеет тенденцию делать то же самое с пространством. Именно это привилегированное пространство позволяет сохранять различия между традиционными верованиями и практиками. Каждая традиция всегда в каком-то смысле укоренена в контексте места, откуда она исходит, или мест, имеющих для нее особое значение». Ощущение осознания собственного места – это не столько индивидуальное состояние, сколько многостороннее, охватывающее индивидуума, объекты/места опыта и сообщество, живущее на данной территории.

Культура постоянно обращается к местам памяти, которые появляются в сообщениях внутри данного сообщества. Взаимодействие человека с окружающей средой усиливает его или ее чувство принадлежности к определенному месту; собственное пространство, систематизированное посредством рассказов, рассказов, касающихся общей истории предков, проживающих на данной территории, сообщество усиливает чувство связи с данной территорией, придавая ей собственную ценность, не подлежащую разделению с другими сообществами, составляющими здесь и теперь существование индивида на данной территории.

Культура и глобализация

Процессы глобализации влияют на формирование художественной культуры. Распространение товаров и услуг меняет существующие взгляды на то, как вести себя в конкретных ситуациях, в том числе на то, как отмечать праздники. Примером трансформации такого типа может быть постепенная адаптация американского праздника Хэллоуина. Если ранее в России Хэллоуин был неизвестен, то сейчас, особенно в крупных городах, во время Дня поминовения усопших можно увидеть выдолбленные тыквы и скелеты,

которые являются представителями другой культуры, не связанной с празднованием памяти умерших в данной конкретной стране или области.

Традиционная идентичность национальных и местных сообществ подвергается медленному изменению существующих взглядов на отмечание праздников, ранее важных для сообщества. Глобализация и массовая культура вызвали – как это ни парадоксально – спрос на различные местные и индивидуальные идентичности в беспрецедентных масштабах. Это означает не сразу кардинальную конверсию и устранение нынешних форм проведения культурно-специфического времени, а дополнение их новыми, зарубежными элементами, широко пропагандируемыми в медиадискурсе, при игнорировании реального культурного наследия, связанного с данной территорией. Глобализация меняет природу традиций; события, происходящие на одном конце земного шара, могут повлиять на ситуацию на другом конце, и наоборот; «Технологии, поддерживающие наши способы передвижения, изменились, и все большее число средств массовой информации выходит за пределы национальных границ, чтобы претендовать на наши чувства».

Унификация верований и обычаев является неизбежным следствием процессов глобализации, но большую роль в обесценивании традиций играют сами общины, которые не продолжают поведение, разделяемое их предками, не усваивают ритуалы и церемонии, имеющие свое оправдание в истории той или иной местности.

Ослабление традиций также связано с технологическим развитием; если раньше традиция передавалась при непосредственном контакте с другими людьми, то теперь средства массовой информации часто играют роль «хранителя памяти». Именно от них молодые люди получают информацию о мире и, следовательно, о собственной культуре. Способ передачи информации изменился: теперь не обязательно присутствовать в определенном месте, чтобы услышать то, что вы ожидаете. Время также не является препятствием; находясь в любой точке мира, можно изучить историю практически любой культуры благодаря доступу в Интернет. Все это обезличивает контакт отправителя и получателя контента; если раньше обычаи передавались напрямую, то теперь послание одностороннее, готовое к восприятию любым желающим и универсальное по своему содержанию.

Процессы глобализации меняют традиционное восприятие идентичности через конфронтацию с другой культурой, элементы которой внедряются в культурные практики людей, имеющих опыт самобытия других культур. Традиция как совокупность этих элементов подвержена изменениям в результате открытости общества новому опыту празднования праздников способом, отличным от привычного, а также диффузии культурных элементов в результате процессов глобализации.

Другой проблемой, связанной с угрозой, возникающей в результате глобализации, по-видимому, является продвижение собственного культурного наследия не для борьбы с импортируемыми культурными благами, а для обеспечения материальных благ, обеспечивающих работу

людей, создающих данные блага, а также поощрения людей к узнать об истории места происхождения продукта. Попытка заработать на культурных благах может привести к негативным последствиям. Поэтому мы должны предостеречь от соблазна чрезмерной коммерциализации сферы региональной культуры и поставить ее под полный контроль со стороны маркетологов. Это может привести к так называемому «Диснейлендизации» регионального художественного наследия, падению его престижа и подчинению недальновидным экономическим интересам. Сфера региональной культуры, коммерциализированная и подчиненная чрезмерно сиюминутным интересам экономических элит, может быть присвоена и утратить свои гражданские, демократические ценности как фактор социальной сплоченности.

Следует дополнительно обратить внимание на консолидирующий характер региональной художественной культуры, которую можно отождествить с традицией, как совокупностью ориентиров конкретизации ценностей, манифестирующихся в источниках традиции.

В досовременных обществах традиция играла более важную роль, поскольку обеспечивала стабильную и сильную модель поведения; постмодерн делает упор на то, что люди принимают независимые решения. Ослабление традиции в результате глобализации происходит из-за потери силы существующих институтов, ее охраняющих. Можно указать, что существует множество источников, формирующих современную культуру, а это означает, что территориально ограниченные «региональные» традиции из-за отсутствия медийной поддержки ослабевают в результате конфронтации с массово-распространенными моделями. Однако эта перспектива не работает в ситуации, когда данное сообщество консолидировано, когда его члены знают друг друга и внутри группы происходят частые взаимодействия, благодаря которым можно обнаружить возможные отклонения от традиционных практик. Если в традиционных обществах уважение традиций было необходимо благодаря авторитету «хранителей традиций» (народа, духовенства), то в посттрадиционных обществах отсутствие социального контроля влечет за собой отсутствие последствий несоблюдения традиций; недостаточно мер по интеграции сообщества на уровне культурных практик [4, с. 82].

Стоит упомянуть изменения в функционировании государств, которые влекут за собой идеологические изменения; их институционализация, ставшая результатом развития национального сознания, делала больший упор на общие, государственные формы участия в праздниках, обесценивая местные контексты, которые могли представлять угрозу формирующемуся государственному сознанию. В современном мире, характеризующемся открытыми границами, невозможно переоценить влияние процессов глобализации на традиции, роль которых становится все слабее. Глобальные модели поведения, пропагандируемые массовой культурой и средствами массовой информации, влияют на общества, которые отказываются от нынешних форм поведения и проведение праздников в пользу

«универсальных» моделей, которые, кажется, применимы во всех уголках мира. Посредством глобализации продвигаются неопределенный релятивизм и универсализм ценностей, которые являются идеологическими направлениями глобализма, не укорененными в нынешней традиции разнообразных реципиентов. Эти культурные различия неблагоприятны с точки зрения сторонников глобализма, поскольку препятствуют более эффективной ассимиляции контента, гомогенизирующей потенциальных получателей товаров, услуг и медиа.

Глобализация меняет взгляд на время; в то время как традиция организует время вокруг конкретных событий и получателей, укорененных в данной культуре, глобализация, поскольку имеет другой источник, не связанный с получателями распределенных ценностей, не имеет никакой связи с получателями. Это децентрализованное явление, связанное с культурной экспансией, но четко указать центр влияния глобализационных процессов сложно; если изначально можно было указать Запад, то нынешние трансформации капитализма позволяют указать на множество центров влияния на общества, не обязательно связанных с императивными действиями по навязыванию определенных культурных моделей, но с «реакцией» на такие действия со стороны Запада.

Как видим, глобализация (а в контексте идеологических соображений – глобализм) не является нейтральной для формы нынешней традиции, поскольку экономические выгоды определяют направления ее развития: «Глобализм не является невинной функцией технических достижений современной цивилизации, и это не доброжелательный дядя, желающий процветания всем существам на земле. Глобализм – это идеология власти, форма доминирования, интеллектуальный камуфляж, маскирующий реальные интересы могущественных и влиятельных элит» [3].

Ответом на глобализацию может стать усиление сообществом местных традиций, но это несет в себе опасность фундаментализма или этноцентризма в случае слишком радикально понимаемой защиты собственного культурного наследия. Индоктринация, проводимая в рамках глобализма, может дать совершенно иные эффекты, чем ожидалось; Продвигаемые ценности могут быть отвергнуты не только из-за их несоответствия ожиданиям реципиентов, но и из-за использования неподходящих инструментов.

В контексте рассмотрения угроз, возникающих в результате продолжающейся глобализации, стоит обратить внимание на возможные варианты дальнейшего развития глобализационных процессов. Можно сформулировать четыре возможности дальнейшего развития культуры, диктуемые глобализацией:

- глобальная гомогенизация, при которой в мире будет преобладать западный образ жизни, единый по содержанию и ценностям;
- культурное насыщение – периферийные страны медленно, неохотно, в течение нескольких поколений заменяют местные культурные идеи, смыслы и ценности единообразным содержанием, идущим из

доминирующих центров – со временем культура центра начинает доминировать;

– культурная деформация – деградация культуры путем неправильной ассимиляции периферийными странами и культурного слияния, при которой происходит диалог культур, мирное смешение и адаптация содержания и, как следствие, креолизация.

Выводы

Во времена постоянных перемен у личности должна быть поддержка, позволяющая ей быть в безопасности в потоке информации благодаря наличию символического пространства, остающегося неизменным в своих ценностях. Чувство принадлежности к месту и сообществу, создающее образ повседневной жизни, указывает на долговечность в непостоянстве современности. Знание традиции как пространства, специфичного для данного набора культурных кодов, дает осознание собственной отличительности от прогрессирующей однородности культурного содержания не только в национальной, но и глобальной перспективе, что заставляет действовать по ее защите, а также позволяет обеспечить лучшую ассимиляцию. в случае смены места жительства.

Процессы глобализации, как упоминалось ранее, направлены на стандартизацию мира для экономических нужд; благодаря культурной универсальности сообщества, живущие в разных культурных условиях, будут потенциальными покупателями одних и тех же товаров, не обязательно соответствующих потребностям данного сообщества, но «нужных» в результате идеологической обработки СМИ. Помимо материального изменения, проявляющегося в приобретаемых товарах, нельзя игнорировать изменение менталитета, обусловленное работой средств массовой информации, подавляющее большинство из которых представляют собой инструмент политики глобализации, путем пропаганды определенного мировоззрения, соответствующего мировоззрению. взгляды лиц, принимающих политические решения, или глобальных корпораций. Это проблема с далеко идущими последствиями; Из-за своего «универсального» содержания и ценностей продвигаемые модели не могут подходить для всех получателей, поскольку менталитет, а также функционирование общества требуют признания конкретных потребностей получателей, обусловленных культурными и экономическими обстоятельствами.

Неправильно проведенная культурная экспансия может привести к фундаменталистским установкам – защита собственной культуры от чужой, «империалистической» может иметь (и имеет) последствия, выходящие далеко за пределы сферы дискурса, отражаясь в террористических атаках, возглавляемых исламскими радикалами.

В результате процессов глобализации культура меняется, но ее роль в формировании идентичности остается неизменной, служащей интеграции сообществ и формирующей свое отличие от других сообществ. Имея это в виду, давайте осознавать необходимость замены того, что является нашим собственным, традиционным, давайте отметим необходимость защиты

нашего собственного наследия, нашей собственной культуры, без которой невозможно иметь собственную идентичность.

Список литературы

1. Деркач, В. В. Роль традиций в условиях глобализации / В. В. Деркач // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-1. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20759> (дата обращения: 18.01.2024).
2. Культурологические чтения – 2020. Культурный код в эпоху глобализации: цифровизация общества и образования : сборник материалов Всероссийской (с Международным участием) научно-практической конференции (Екатеринбург, 10-14 марта 2020 г.) / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 360 с.
3. Кухаренко, Е. И. Влияние глобализации на развитие декоративно-прикладного творчества в современной России / Е. И. Кухаренко // Инновационные аспекты развития науки и техники. – 2021. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-globalizatsii-na-razvitie-dekorativnoprkladnogo-tvorchestva-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 18.01.2024).
4. Русская художественная традиция в современной отечественной культуре. Статьи. Размышления. Эссе. Т. 2 / ред.-сост. Г. В. Скотникова. – Санкт-Петербург : Лань, 2022. – 278 с.
5. Сулова, Т. И. Глобализация: к вопросу идентичности русской культуры / Т. И. Сулова // Век глобализации. – 2010. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-k-voprosu-identichnosti-russkoj-kultury> (дата обращения: 18.01.2024).

ГОЛОВНОЙ УБОР И ЕГО РОЛЬ В ТРАДИЦИОННОМ КОСТЮМЕ

М.В. Халимон

Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: Marinalebedeva7@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается роль головных уборов в завершении ансамбля одежды как современного, так и традиционного костюма. Виды головных уборов и их значение в народных костюмах различных регионов России.

Ключевые слова: народный костюм, культура народа, художественный облик, предметы одежды, головной убор, обрядовое значение.

THE HEADDRESS AND ITS ROLE IN THE TRADITIONAL COSTUME

M.V. Halimon

Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: Marinalebedeva7@yandex.ru

Abstract. The article discusses the role of hats in completing the ensemble of clothing of both modern and traditional costume. Types of hats and their significance in folk costumes of various regions of Russia.

Keywords: folk costume, culture of the people, artistic appearance, garments, headdress, ritual significance.

Костюм – свидетель повседневной жизни человека, важная сфера его самореализации. Он является самым правдивым зеркалом, отражающим человеческую сущность той или иной эпохи. Именно костюм дает более достоверную информацию о его носителе, а не исторические документы, которые чаще зависят от субъективного мнения автора этих документов. Народный костюм всегда выступал одним из основных носителей информации, его декоративная обработка, крой, орнамент, сама ткань и цветовое решение. Все несло сакральный смысл, глубокую информационную нагрузку. Народный костюм – это бесценное, накопленное веками, неотъемлемое достояние культуры русского народа. В этом самобытном элементе культуры собрано все, что веками накапливалось нашими предками. Ведь костюм, как элемент декоративно-прикладного творчества, включает в себя не только одежду, но и обувь, и головные уборы и различные украшения, которые в современном обществе называют аксессуарами. Чаще всего именно аксессуары придают костюму законченный вид.

В переводе с французского «аксессуары» – побочный, дополнительный. В современном мире так же, как и во все далекие и близкие исторические времена, группу таких дополнений к костюму составляли платки и шарфы, перчатки и сумки, головные уборы, пояса, кошельки и т.д. Менялся костюм на протяжении определенного исторического промежутка, менялась и дополнения к нему. Это выражалось не только в их количестве. Менялась форма, цвет, используемые материалы. Но так же, как и сам костюм, дополнения к нему всегда соответствовали своему времени. Иногда дополнения к костюму служили только для украшения: веер, зонтик, шляпка, и даже сумки не всегда были функционально необходимы. Когда-то дополнения были дорогостоящими и обязательными для ношения, без них не появлялись в обществе. Это было необходимым и обязательным условием традиционного костюма на Руси. Например, мужские рубахи обязательно подпоясывались, т.е. без пояса мужчины-крестьяне не выходили на улицу. В женской народной одежде головной убор был обязательным атрибутом. Особенно для замужних женщин. (замужняя женщина должна полностью закрывать волосы), а для мужчин головной убор был показателем его социального статуса.

Россия – это огромная страна. Поэтому одежда людей в разных регионах отличалась, чаще могла даже значительно. Вплоть до XX века народный костюм использовался в повседневной жизни, он был частью художественного облика населения. Чаще всего народный костюм использовался в русских хороводах, свадебных обрядах, посиделках и т.д. Древнерусский костюм – уникальное явление в истории костюма. Женщины одетые в народный костюм приобретали статную гордую осанку. Так как сам костюм своей формой и силуэтом, формой деталей применяемыми тканями и украшениями, цветовыми сочетаниями помогал создать этот образ. Мудрому изречению «По одежке встречают, а по уму провожают» уже более тысячи лет. Именно в народный костюм был заложен универсальный культурный

код. При декоративном оформлении по цвету, количеству полос, клеток и других элементов декорирования можно сразу сделать вывод, какой человек перед нами стоит, его возраст, какого он роду – племени, какой у него социальный статус. Внешний вид человека был его так называемой «визитной карточкой». Русский народный костюм в северных и южных регионах и даже в пределах одной области мог значительно различаться отдельными элементами, применяемыми тканями, количеством и цветом вышивки. Однако, он имел общие основные черты. Больше различий было все же в женской одежде, а в мужском костюме было много общего.

Состоял мужской народный костюм из различных предметов одежды: рубахи, портов (штанов), пояса, кожуха, обуви и головного убора, который завершал весь ансамбль. Он был менее разнообразным. Но в каждом регионе, отдельной местности сформировался особый, веками проверенный обычай формировать ансамбль костюма.

Народный костюм не только указывал на происхождение, статус хозяина, но и защищал от магического воздействия потустороннего мира. Талисманы, охранные знаки, которые являлись важными элементами на одежде и головных уборах свидетельствовали об этом. Головной убор у русского народа был также не только показателем его социального статуса, но и символом ауры. Это одновременно указывало на уровень материального и духовного совершенства.

В памятниках археологии X-XIII веков, обнаруженные головные уборы представлены из погребений и древнерусских кладов. Но это были преимущественно женские головные уборы. Мужские были почти неизвестны [1, с. 17].

Благодаря различию природно-климатических условий, историко-культурных связей и социально-экономического уклада в разных регионах России сложились и бытовали определенные типы головных уборов. Они различались как конструктивно, так и декоративным оформлением. Наиболее разнообразными и обильно украшенными были женские головные уборы Русского Севера. В Российском Этнографическом Музее представлено более 300 предметов женских головных уборов. Это сороки, кокошники, сборники, повойники, сколки. Мужские головные уборы представлены менее разнообразно. Мужчины на Руси обычно носили шапки, особенно широко распространившиеся в XI в. На живописных полотнах этого периода русские князья были изображены в таких шапках. Форма их была одинаковая. Эти шапки состояли из тульи, в форме сферы и меховой опушки. Такие шапки у князей именовались, как головной убор «знатного человека». Головные уборы в княжеской среде при определении статуса различались применяемыми материалами. Бархат и сукно для обычных князей, а вот знатные князья носили парчовые шапки, которые были украшены золотом, серебром и драгоценными камнями.

Мужчины носили головной убор постоянно и снимали только в церкви или дома. В головных уборах бояре могли сидеть на боярских и царских собраниях и даже на свадьбах. Свадебный наряд – это своего рода

ритуальный костюм, который особенно отличался от бытового костюма. Свадебный костюм отличался обилием украшений, богатством орнаментики, гармоничностью цветовых сочетаний. Это свидетельствует о таланте нашего народа, его высоком мастерстве и прекрасном художественном вкусе. Головной убор был одной из составных обрядового костюма и имел свое, особое значение.

Одной из причин, по которой мужчины постоянно носили головной убор – является соблюдение обычая по-восточному коротко остригать волосы. Длинные волосы в этот период отпускали только в случае беды, которая могла постигнуть знатного человека (царская немилость или потеря родственника) [4, с. 23].

Мужские головные уборы у крестьян были более разнообразны по форме. Их валяли из шерсти или делали из сукна в форме колпака. Нижегородская губерния вплоть до середины XIX века славилась не только валенками, но и валяными шапками и шляпами. Также шили головные уборы из холста в виде полусферы, которая плотно облегалась голову. А от лютых морозов, конечно же, спасали меховые шапки.

Простолюдины обходились овчинной шапкой – не столь красивой как соболина, но и не менее теплой [2, с. 34].

В головных уборах и мужчин и женщин особый сакральный смысл придавался кругу, который являлся символом бесконечности и означал целостность, первоначальное совершенство, непрерывность. Мужчины часто носили налобные повязки.

В XIII-XVII веках колпак – это один из самых распространенных на Руси головных уборов. Для богатых людей летние колпаки были преимущественно атласные, в основном белые. Иногда они украшались по краю околышка драгоценными камнями и собольей опушкой. Зимние колпаки внутри делались полностью меховыми. Мех отворачивали наружу, образуя так называемый отворот [2, с. 243].

Крестьяне мужчины летом носили валяную серую шапку «грешевик» или плетеную соломенную шляпу с очень широкими полями.

Мужские головные уборы в различных губерниях центральной России существенно различались не только применяемыми материалами, но и формой. В северных губерниях России преимущественно преобладали шляпы с низенькой прямой тульей, а в центральных – форма низенькой шляпы с была в виде тульи-раструба. В Вятке, Перми, Суздале носили преимущественно «гречушники с подхватцем» или «с переломом». А также в праздники мужчины этих губерний одевали поярковые шляпы, которые валяли из шерсти молодых овец, их обильно украшали, крестьянские колпаки были из сукна или войлока, и практически не украшались.

Резкое изменение формы и вообще самого вида головных уборов мужчин началось при царствовании Петра I. Проводя различные реформы, которые касались и костюма, он писал приказы для городской знати по поводу ношения костюмов, париков и формы шляп, модных в тот период в Европе. Начиная с начала XIX века и до первых десятилетий XX века

исчезли из обихода колпаки и мурмолки и мужчины стали носить картузы (фуражки с козырьком), пока их не потеснила кепка с рынка [4, с. 56].

Картуз того периода имел высокую тулью и маленький козырек. Чаще всего материалом для него было сукно черного цвета. По праздникам и на свадьбах ухажеры и женихи в тулью картуза вставляли красную розу или цветок мальвы – «бабьей рожи». Этот обычай – носить цветок в головном уборе, пришел из глубины веков. Также его украшали разноцветной тесьмой, лентами, бисером. Зимой носили шапки малахаи, постепенно распространились ушанки.

Различные кепки, кепи, широко распространены и в современной моде. В женской моде самым популярным на сегодняшний день головным убором является «кепка почтальона», а в мужской – кепка периода 1920 года. И хотя, в современном как мужском, так и женском костюме головной убор не является таким уж обязательным дополнением, его наличие всегда завершает образ, придает законченный вид костюму. При создании современных головных уборов, дизайнеры всегда обращаются к своим истокам. А история нашей народной одежды – это непревзойденный клад идей для творчества современных дизайнеров.

В образовательном процессе при изучении костюма России или костюма Белгородского региона головные уборы тоже не остаются без внимания. Изучение этих дисциплин происходит на базе Белгородского государственного музея народной культуры. Далее обучающиеся выполняют головные уборы различных исторических промежутков времени в натуральную величину. Из мужских – это шляпы, цилиндры и т.д. В дальнейшем, при выполнении дипломных дизайн-проектов, очень часто коллекции одежды дополняются и головными уборами.

В заключение хочется отметить целостный подход человека к своему бытию во всём. Это заключалось и в костюме, и в жилище, и в обрядах, а также в обычаях. Для наших предков ничего не было случайным. Каждая вещь у русского народа имела своё назначение и своё место в Мире. Головной убор был одной из главных составляющих национального костюма, завершающим элементом. Весь традиционный костюм был своеобразной маленькой вселенной для его носителя. А дополнения и аксессуары связывали все элементы костюмного комплекса в более прочный, духовно единый, целостный образ мира, в котором человек чувствовал себя хозяином, «своим» среди подобных, защищенным от внешнего враждебного.

Несмотря на то, что современный мир стремительно меняется, народный костюм всегда остается востребованным. У народного костюма есть удивительно современные качества. Он – трансформер. В него поколениями вкладывали огромный труд. Он уменьшался и увеличивался без ущерба для композиции. Поэтому, все русское уже давно стало полноценным и самодостаточным явлением в области моделирования одежды.

Список литературы

1. Брайчевська, О. А. Давньоруський чоловічий костюм Х-ХІІІ ст. (за археологічними, писемними та образотворчими джерелами) / О. А. Брайчевська // Брайчевська Олена Андреевна. Дис. на здобуття вч. ступ. канд. іст. наук. – Киев, 1993. – С. 45.
2. Вардугин, В. И. Русская одежда: История народного костюма от скифских до советских времен / В. И. Вардугин. – Саратов : Детская книга, 2001. – 352 с.
3. Костомаров, Н. И. Русская история в жизнеописаниях ее главнейших деятелей / Н. И. Костомаров. – Москва : АСТ, 2015. – 322 с.
4. Работнова, И. П. Русская народная одежда / И. П. Работнова. – Москва : Легкая индустрия, 1964. – 75 с.
5. Русова Мария. – URL: <http://slavyanskaya-kultura.ru/slavic/russkii-narodnyi-kostyum/russkii-narodnyi-kostyum-4834.html> (дата обращения: 10.10.2023).

СОЗДАНИЕ КНИГИ ДЛЯ ДЕТЕЙ СТУДЕНТАМИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА

И.Б. Ческидова

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт
(филиал) Российского государственного
профессионально-педагогического университета
e-mail: i_ches@mail.ru

Аннотация. В статье представлен опыт создания книги для занятий с детьми дошкольного и младшего возраста. Рассмотрены задачи, поставленные перед студентами в ходе работы над книгой. Книга «Наша родина – Урал» содержит материалы, посвященные искусству родного края и рабочим профессиям и градообразующим предприятиям Урала. Разработка содержания и оформления материалов книги способствует формированию профессиональных компетенций у студентов педагогического вуза. Работа с книгой в образовательных организациях будет способствовать патриотическому воспитанию, развитию познавательного интереса к истории и культуре своей малой родины, ранней профориентации детей старшего дошкольного и младшего школьного возраста.

Ключевые слова: книга, малая родина, студенты педагогического вуза, дети дошкольного и младшего школьного возраста, профориентация, патриотическое воспитание.

CREATING A BOOK FOR CHILDREN BY STUDENTS OF A PEDAGOGICAL UNIVERSITY

I.B. Cheskidova

Nizhny Tagil State Socio-Pedagogical Institute (branch)
The Russian State Vocational Pedagogical University
e-mail: i_ches@mail.ru

Abstract. The article presents the experience of creating a book for classes with preschool and younger children. The tasks set for students during the work on the book are considered. The book "Our Motherland – the Urals" contains materials dedicated to the art of the native land and the working professions and city-forming enterprises of the Urals. The development of the content and design of the materials of the book contributes to the formation

of professional competencies among students of a pedagogical university. Working with the book in educational organizations will contribute to patriotic education, the development of cognitive interest in the history and culture of their small homeland, and early career guidance for children of senior preschool and primary school age.

Keywords. The book, the small homeland, students of a pedagogical university, children of preschool and primary school age, career guidance, patriotic education.

В настоящее время одной из задач, стоящих перед высшим образованием является подготовка студентов к будущей профессиональной деятельности, формирование компетенций, способствующих достижению профессиональных успехов в будущем. У студентов, обучающихся по профилю «Начальное образование и дошкольное образование» должны быть сформированы представления о народном искусстве, его роли в воспитании ребенка.

ФГОС НОО предполагает помимо «сформированности основ художественной культуры, в том числе на материале художественной культуры родного края», в области эстетического воспитания: уважительное отношение и интерес к художественной культуре, восприимчивость к разным видам искусства, традициям и творчеству своего и других народов; стремление к самовыражению в разных видах художественной деятельности [1].

О необходимости ознакомления детей с традициями народных художественных промыслов в том числе на региональном материале говорится в программе «Изобразительное искусство», где также упоминается возможность выделения часов на изучение искусства своего края. Нельзя преуменьшать роль педагога начальной школы, учителя изобразительного искусства в реализации данной задачи. Подготовка будущих учителей в педагогическом вузе в данном направлении может проводиться как на практических занятиях (доклады, выполнение творческих работ, просмотр видеоматериалов), через посещение выставок и мастер-классов, через создание творческих продуктов, предназначенных для реализации в образовательном процессе начальной школы и дошкольной образовательной организации. Однако практика показывает, что студенты имеют недостаточный уровень сформированности представлений о народном декоративно-прикладном искусстве, народных художественных промыслах, в том числе региональных.

Студенты педагогического вуза в рамках изучения дисциплин художественного цикла разработали содержание книги для детей дошкольного и младшего школьного возраста «Моя Родина – Урал».

Перед студентами были поставлены следующие задачи: отбор достоверной информации и фотоматериалов в источниках из интернета, ее обработка и адаптация для дошкольного и младшего школьного возраста; разработка практических и творческих заданий, ребусов, филвордов; оформление страниц книги в электронном варианте; апробация разработанных материалов во время прохождения практики в образовательной организации; рефлексия и доработка проекта.

Проект создания книги «Моя родина – Урал» направлен на формирование представлений о городах и градообразующих предприятиях Свердловской области, профессиях, востребованных для развития промышленности, ценностного отношения к труду, понимание его роли в жизни человека и общества, а также расширение представлений об исторических и культурных объектах, народных художественных промыслах, объектах городской инфраструктуры и памятных местах.

Реализация проекта, работа с книгой будет способствовать патриотическому воспитанию детей через ознакомление с историческим и культурным наследием своего города, региона, развитию познавательного интереса посредством выполнения поисковых и творческих заданий, ранней профориентации через ознакомление с историей градообразующих предприятий и основными востребованными профессиями.

Книга предназначена для детей дошкольного (6-7 лет) и младшего школьного возраста (от 7 до 12 лет).

Предполагается использовать книгу в воспитательной, внеурочной, профориентационной работе с дошкольниками и обучающимися младших классов школ города и области. Содержание книги включает в себя разделы «Красота родной земли» и «Трудовой Урал», в котором содержится информация о градообразующих предприятиях городов Свердловской области и рабочих профессиях.

Книга «Моя родина – Урал» включает развивающие и творческие задания, которые могут быть использованы на занятиях факультативов и кружков по краеведению и декоративно-прикладному искусству, при проведении мероприятий профориентационной направленности, подготовке к участию в викторинах и конкурсах, а также для совместной поисковой деятельности ребенка и родителей и самостоятельной работы.

Выполняя задания, обучающиеся приобретают опыт работы с различными источниками информации, умение находить и оформлять необходимый материал, формулировать ответы на вопросы. Формулировки заданий соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта начального общего образования и позволяют формировать предметные, личностные и метапредметные компетенции обучающихся младшего школьного возраста.

Творчество художников Урала представлено в первом разделе книги городскими и индустриальными пейзажами (Н.М. Корзняков, Е.А. Бабушкин, Е.В. Седухин), картинами, посвященным природным богатствам Урала (С.А. Костылев), натюрмортами (В.Г. Могилевич), творческими работами художниками городов Свердловской области. Военно-патриотическая тема представлена плакатом И.И. Воскобойникова «Седой Урал кует победу».

Обучающимся предлагаются следующие задания – соотнести городской пейзаж на картине XIX века и вид современного города с той же точки. Соотнести картины с изображением достопримечательностей родного города с фотографиями этих объектов. Определить цветовую гамму картины,

рассмотреть картину и определить, какие именно достопримечательности на ней изображены.

Урал издавна славится своими мастерами – камнерезами, ювелирами, мастерами художественного литья,ковки, обработки бересты, гончарами, художниками по росписи подносов. Ознакомление обучающихся с творчеством мастеров декоративно-прикладного искусства, многим из которых указом губернатора Свердловской области присвоено звание «Народный мастер», способствует воспитанию чувства гордости за свою малую родину, уважения к труду народных мастеров, развитию эмоциональной отзывчивости на произведения изобразительного и декоративно-прикладного искусства, потребности в собственном творчестве.

На странице, посвященной камнерезному искусству Урала, представлены фотография работы уральского мастера и фотографии образцов пород камней. Задание для обучающихся – определить, из каких пород камня выполнено данное произведение.

Гончарное дело рассмотрено в книге на примере деревень Верхние и Нижние Таволги, расположенных недалеко от города Невьянск. Залежи качественной глины в районе способствовали развитию промысла, с конца XVII века в Невьянском районе существовали артели и фабрики по производству керамических изделий. Работа мастера-гончара рассмотрена на примере династии Масликовых, занимающихся производством посуды и игрушек. Задание – посетить мастерскую с экскурсией или ознакомиться с видеоматериалами и прикрепить фото на страничке книги.

Роспись по металлу известна на Урале с середины XVIII века. Мастера подносного промысла Нижнего Тагила создают сюжетные и цветочные композиции, выполняют копии картин известных художников. Один из подносов, выполненных тагильскими мастерами, занесен в книгу рекордов России. На страницах книги в разделе «Красота родной земли» обучающиеся видят элементы росписи, работу мастерицы второй половины XX века А.В. Афанасьевой, возрождавшей традиции промысла. Обучающимся предлагается освоить простые элементы росписи и выполнить эскиз подноса.

Один из интереснейших промыслов – художественная обработка бересты также представлен на страницах книги. Береста – уникальный материал, работа с которым доступна для детей дошкольного и младшего школьного возраста. Технологии обработки – тиснение, прорезная береста, роспись по бересте, пирография активно используются современными мастерами. В книге предоставлена краткая информация о творчестве мастера С.А. Коротчени, детям предлагается выполнить аппликацию из бересты.

Таким образом, создание книги для детей, содержащей информацию в том числе о художественных промыслах малой родины способствует формированию профессиональной компетентности будущего педагога, является составляющей подготовки к будущей профессиональной деятельности. Работа обучающихся с книгой будет способствовать патриотическому воспитанию, развитию познавательного интереса, эстетическому воспитанию на примере произведений народного искусства.

Список литературы

1. Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования (1-4 классы). – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400807193/?ysclid=lknttf7xuh655697785> (дата обращения: 04.09.2023).

НАРОДНЫЙ КОСТЮМ: КРОЙ, ВЫШИВКА И ДЕКОРАТИВНЫЕ ШВЫ

М.В. Шулика

Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: mashylka80asp@bk.ru

Аннотация. Статья посвящена проблеме изучения крою народного костюма. Как утверждают авторы, народный костюм – один из наиболее ценных и самобытных составляющих художественного наследия русского народа. Авторы указывают, что традиционный крой крестьянской одежды определен способностями материала из которого она шилась. Авторы рассматривают виды орнамента, которые традиционно использовали в вышивке и дают композиционный строй.

Ключевые слова: народный костюм, крой, понева, сарафан, андарак, декоративный шов.

FOLK COSTUME: CUT, EMBROIDERY AND DECORATIVE SEAMS

M. V. Shulika

Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: mashylka80asp@bk.ru

Abstract. The article is devoted to the problem of studying the cut of folk costume. According to the author, folk costume is one of the most valuable and original components of the artistic heritage of the Russian people. The author points out that the traditional cut of peasant clothing is determined by the abilities of the material from which it was sewn. The author considers the types of ornaments that were traditionally used in embroidery and provide a compositional structure.

Keywords: folk costume, cut, poneva, sundress, andarak, decorative seam.

Каждый народ имеет свои национальные символы, которые рождаются в культурной среде и идентифицируются как национальное нематериальное или же материальное наследие. Народный костюм – один из наиболее ценных и самобытных составляющих художественного наследия русского народа.

Народный костюм XIX – начала XX века незначительно подвергался влиянию городской моды, сохранив свою традиционную структуру, конструкцию и логику декоративного оформления.

Вначале XX века на территории Белгородской области бытовали следующие комплексы женского народного костюма: поневный комплекс, сарафанный комплекс, комплекс с кубельком, «парочка», андарак. Каждый комплекс дополнялся поясом, головным убором и украшениями. Мужской

народный костюм включал порты, рубаху, пояс и головной убор. Следует отметить, что именно мужской народный костюм перестали носить раньше, и он был более подвержен влиянию городской моды [1].

Крой народной одежды зависел от материала из которого она шилась – из конопляного или шерстяного полотна, которое ткали на ткацких станах. Ширина такого полотна также зависела от ширины стана и была не шире 70 см [1]. Все детали одежды имели прямоугольную форму, что позволяло рационально использовать домотканое полотно.

Рубахи выкраивались из нескольких полотен. Ширина рубахи символизировала достаток – чем шире, тем больше достаток был в семье. На рукава рубахи в отличие от стана требовалось всего одна ширина полотна. Поневы шили из 4-5 кусков. Форма и объем одежды создавались при помощи сборок. В традиционном русском костюме длина поясной одежды доходила до щиколотки, завеска был немногим короче.

В 20–30-х гг. XX века на смену домотканым материалам постепенно приходят фабричные хлопчатобумажные – коленкор, китайка, кумач. Так как ширина покупных тканей была гораздо шире, то со временем изменяется система традиционного раскроя. В крестьянском костюме появляются новые приталенные формы, созданные с помощью кроя по лекалам, которые повторяли плавные линии форм человеческого тела. Традиционная одежда крестьян представляет гармоничную систему соотношений и взаимосвязи материала, кроя, способа пошива и декора.

Праздничные мужские рубахи богато украшались вышивкой на пазухе, по подолу, по вороту и манжетам. Рубахи традиционного кроя были относительно длинными – до колен, их носили на выпуск, поверх портов и подпоясывались кушаком.

На Белгородчине широко были распространены косоворотки, на которых вышивали и манишку с боковым разрезом слева. Рубахи-косоворотки носили молодые парни в праздники до 50-х гг. XX века [3]. Начиная примерно с 30-х гг. XX века появляются пиджаки городского покроя. В сочетании с фуражкой или кортуза придавали облику деревенского парня особую молодцеватость.

Еще одной разновидностью мужской рубахи – туникообразная, в которой сохранились архаические черты в изготовлении одежды из цельного полотнища ткани. Длина таких рубах была 90 см, в начале XX века длина укоротилась и стала доходить только до бедра, что составляло примерно 70-75 см. Для изготовления домотканое полотно складывалось пополам по утку, вырезалось овальное отверстие горловины и боковой разрез пазухи слева от центра. Для свободы облегания в бедрах ширина рубахи увеличивалась за счет вшивания «бочек» – боковых косых клиньев. Иногда верхнюю часть рукава собирали в мелкую складку. В подмышечную область вшивались ластовицы – в Смоленской и Брянской областях они назывались «цвикли».

В отличие от мужских, женские рубахи разнообразнее по крою. Из тонкого полотна обычно выкраивалась только верхняя часть «чехлик»,

«стан». К ней подшивалась «подставка», «подоплека» из грубой ткани. Такие рубахи носили с распашной поясной одеждой – поневой. В селах Белгородской области такие рубахи носили не только с поневой, но и с андаракон [3]. В обоих случаях, мы можем говорить о влиянии украинской и белорусской традиции, которая появилась на территории нашей области после переселения на нее жителей данных регионов.

В начале XX века широкое распространение приобретают рубахи на кокетке без плечевых швов и составленной из четырех частей кокетки и были распространены в юго-западных селах Смоленской области.

В будничных рубахах горловину обшивали узкой полосой ткани, праздничные рубахи имели небольшой воротник – двойная полоска ткани в высоту от 2 до 6 см. В конце XIX века в традиционном костюме появляются отложные воротники, которые сформировались под влиянием городской моды высших сословий – дворян и помещиков.

После распространения фабричных тканей рукава стали кроить цельными, а место соединения плечевой вставки и верха рукава имитировали вышивкой. Длина рубах достигала 140-150 см и без подточки снизу.

Еще одним видом женской традиционной рубахи была на кокетке. В такой рубахе вместо поликов к стану рубахи пришивали цельную кокетку – прямоугольный кусок ткани. Спереди кокетку разрезали по центру, кокетка не имела складок. Застегивалась такая кокетка на пуговицу. Данные рубахи были распространены в селах Брянской области.

Вышивка в традиционном народном костюме тесно связана с конструкцией украшенного предмета и его местом в комплексе одежды. Расположение вышивки определялось представлением об орнаменте как об обереге, способе защиты самых уязвимых для внешнего воздействия, проникновения злых сил частей тела. Орнамент симметрично «опаивал» плечи, руки, подол. Вышитые части выступают организующим началом в декоративной, цветовой композиции всего костюма, объединяя части одежды в единый комплекс. Устойчивые локальные варианты вышитого декора свидетельствуют о том, что он был одним из знаков отличия «свой» – «чужой». По композиционно-декоративному оформлению, орнаменту, цветовому сочетанию вышивки можно было узнать из какой губернии человек.

В орнаментации традиционного костюма использовали разнообразные по технике вышивальные швы и декоративные приемы – соединительные, краевые швы. Вышитый на ткани орнамент всегда нес особую смысловую нагрузку. Развитие техники вышивания позволило переносить на ткань узоры, знаки орнамента. Основными элементами были крест, ромб, ромб с отростком, розетка [1].

Как мы и писали выше, в процессе вышивания мастерицы использовали огромное количество швов. Самым распространенным считался шов «назад иголку», который использовали для скрепления деталей одежды вручную. На лицевой стороне такой шов образовывал сплошную линию. Поддевочный шов диагональными стежками получает широкое

применение в Смоленской, Брянской и Новосибирской областях. Такой шов состоял из двух параллельных диагональных рядов. Для одежды пожилых людей использовалась вышивка счетной гладью «белым по белому». В некоторых селах она могла сочетаться с поддевичным швом.

На всей территории России бытовала вышивка крестом. Большое значение придавалось аккуратности выполнения не только с лица, но и с изнанки. Поэтому возникли особые технические приемы, которые позволяли выполнить шов так, чтобы узор с изнаночной стороны воспринимался полноценно. Обязательным условием было соблюдение правил. Так, во-первых, иголку необходимо было держать только справа налево по горизонтали. Во-вторых, крестики вышивали в два подхода вначале короткими стежками в одну сторону, затем изделие разворачивалось на 180. В-третьих, верхние диагональные стежки должны иметь одинаковое направление.

Для украшения использовали вышивку по предварительно разреженной ткани. Для того из холста убирали определенное количество нитей основы и утка, а затем уже выполняли вышивку декоративным швом. Вышивку по таким тканям условно делили на два типа – «ажурные» и «плотные».

Устойчивое цветовое решение вышивке сочетание беленого холста и красных, черных ниток. Для западных регионов, граничащих с Беларусью чаще использовали синий и черный цвет ниток в вышивке. Для Сибири и Севера в вышивке присутствовали не только синие, голубые нити, но и камни, жемчуг [2]. В большинстве сел Белгородской области в вышивке использовали красные и черные нити, в селах Ровеньского района использовали зеленые, желтые, коричневые, синие нитки.

Таким образом, устойчивое цветовое решение и использование декоративных швов свидетельствуют о выразительных особенностях этнической культуры.

Список литературы

1. Маслова, Г. С. Орнамент русской народной вышивки как историко-этнографический источник / Г. С. Маслова. – Москва : Наука, 1978. – 94 с.
2. Неклюдова, Т. П. История костюма : [учебное пособие для студентов вузов по специальности 281300 «Художественное проектирование костюма», 052400 «Дизайн», «Дизайн костюма»] / Т. П. Неклюдова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 336 с.
3. Чижикова, Л. Н. Традиционная женская одежда русских в Белгородской области / Л. Н. Чижикова // Институт этнографии. Полевые исследования 1977 года. – Москва : Наука, 1979. – С. 9-15.

ФОЛЬКЛОРНО-ЭТНОГРАФИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ ПРАЗДНИКОВ И ИХ ТРАНСФОРМАЦИЯ В ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ

М.В. Шулика, Л.В. Яковлева, И.Н. Бутова
Белгородский государственный институт искусств и культуры
e-mail: mashylka80asp@bk.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросу изучения особенностей народных праздников в разных регионах страны. Авторы приводят примеры как отмечался тот или иной праздник в начале XX века, давая местные названия песен, обрядов. Необходимо отметить, что авторы сравнивают празднования больших праздников с учетом переселения восточных славян с их исторических мест в южные области России, в частности в Белгородскую область. Авторам удается проанализировать в целом традиционное народное творчество как один общий текст, при этом многие тексты носят разные смысловые значения.

Ключевые слова: праздники, традиция, Рождество, Масленица, Сороки, Пасха, обряд, обычай.

FOLK-ETHNOGRAPHIC TRADITIONS OF HOLIDAYS AND THEIR TRANSFORMATION IN SPACE AND TIME

M.V. Shulika, L.V. Yakovleva, I.N. Butova
Belgorod State University of Arts and Culture
e-mail: mashylka80asp@bk.ru

Abstract. The article is devoted to the issue of studying the characteristics of folk holidays in different regions of the country. The authors give examples of how this or that holiday was celebrated at the beginning of the twentieth century, giving local names of songs and rituals. It should be noted that the authors compare the celebrations of major holidays taking into account the resettlement of the Eastern Slavs from their historical places to the southern regions of Russia, in particular to the Belgorod region. The authors manage to analyze traditional folk art as a whole as one general text, while many texts have different semantic meanings.

Keywords: Holidays, tradition, Christmas, Maslenitsa, Magpies, Easter, ritual, custom.

Традиционное творчество любого народа следует рассматривать как единый текст, включающий разнообразные смысловые значения, в нашем случае праздничная культура, игры, обряды, песни.

В основе устного народного творчества лежат жанры поэтического творчества, которые невозможно рассматривать без народного календаря. После прихода христианства на восточнославянские земли ряд языческих праздников и обрядов народного календаря слился с христианскими праздниками, они получили новые названия, к их содержанию добавилась христианская догматика. Колядный цикл был слит с Рождеством Христовым, весенние языческие праздники вошли в состав Пасхи; летние – в состав Троицы, Рождества Иоанна Крестителя, Петрова и Ильина дня и т.д.

Первым праздником, который открывал народные празднества было Рождество. Христианский праздник совпадал с языческим – днем зимнего

солнцестояния, что указывает на отголоски солнечного календаря [2]. Рождество считалось самым значимым зимним праздником и его с нетерпением ждали как дети, так и взрослые. В русской народной традиции Рождество связано с обходом дворов, проведению ритуальных вечеринок, игр и игрищ. Считалось, чем богаче встретить Рождество, тем будет жизнь у людей лучше.

Сам день праздника Рождества Христова был завершающим многодневного поста, следует отметить, что в западных регионах, пост величали Пилиповский. Интересен тот факт, что к Рождеству начинали готовиться еще в начале поста. В канун Рождества каждый член семьи выполнял свое занятие – одни наводили порядок, другие готовила праздничный ужин. Зажиточные семьи готовили те блюда, которые были обычными в сельской жизни [1]. Так, например, в западных областях на столе обязательно была рыба, юшка из свеклы и грибов, блины с маком, овсяный кисель; в нашей области на праздничном столе было сочиво из ржи или пшеницы, мясные и рыбные угощения. В некоторых селах Белгородско-Старооскольского региона специально пекли рождественский каравай, а в Белгородско-Курском перед праздничным ужином детей заставляли залазить под стол и кудахтать.

Несмотря на такое разнообразие, количество блюд обычно было нечетным, в зажиточных семьях – тринадцать, что олицетворяло собой Христа и двенадцать апостолов. Во всех регионах главным блюдом на Рождество считалась кутья (сочиво), которую готовили без использования животного жира, именно поэтому ее называли «пустой», «бедной» или «постной». Во многих регионах на стол, где стояла кутья, клали сено, которое обязательно должен был занести хозяин, в случае его отсутствия по какой-либо причине – старший сын.

На первую Кутью обязательным считалось присутствие всех членов семьи. В западных областях хозяин, зачерпнув первую ложку кутьи, стучал в стену и приглашал мороза: «Мороз, Мороз, приходи кутью кушать! Чтоб ты не морозил ячменя, пшеницы, гороха, чечевицы, проса, гречки и всего, что мне Бог судит посеять». В Белгородской области, существовал аналогичный обычай, с единственным отличием, хозяин выносил кутью на крыльцо и произносил: «Мороза, мороза, ходи до нас вечерять, да только не морозь ягнят, телят и маленьких ребят!». Во время трапезы обязательным условием было попробовать каждое блюдо. Существовали различия в приеме кутьи, так например, в северо-западных областях ужин завершался принятием кутьи, а в южных областях – с кутьи ужин начинали. Эти особенности можно интерпретировать влиянием белорусской и украинской традициями. В Новосибирской области существовал обычай, после праздничного ужина разыгрывалась сценка, в которой хозяин садился в красный угол, напротив садилась его жена, которая спрашивала: «Видит ли ее муж; на что тот отвечал, что не видит. Жена желала мужу не видеть за стогами, за возами, за снопами. Затем муж спрашивал жену, видит ли она его. Жена аналогично отвечала, что не видит. Муж желал жене, не видеть ее за огурцами, капустой,

свеклой». После такой сценки, остатки кутьи отдавали курам, чтобы те хорошо неслись [5].

В селах, находившихся на границе с Беларусью, посещали кладбище в канун Рождества, а на стол ставили пустую тарелку, объясняя, что она для предков. Этнографы, изучавшие славянские обычаи находили сведения, о том, что для умерших понемногу лили жидкие блюда в подпечье или на скатерть.

Не обходились зимние святки и без обряда колядования. В некоторых регионах колядовать начинали поздно вечером, в некоторых ночью, а где-то и утром. Например, в Курской области приходили поздно вечером и спрашивали у хозяина «Казать Коляду?». Хозяин мог отказать, тогда он предлагал пришедшим сесть на лед, в случае согласия, колядовщики исполняли песню «А у нашего пана...», после чего полагалось одаривать. В селах Ивнянского района колядовать ходили молодые парни и девушки и исполняли колядку «Коляда – красные ножки». В некоторых селах Смоленской и Брянской областей, а также в Новосибирской области колядовать ходили женщины и дети. При этом в данных областях говорили «Пойдем козу водить», то есть колядовать. Во время исполнения колядок в селе Сомры Новосибирской области взрослые «водили журавля», а дети «водили козу».

В некоторых селах белорусско-русского пограничья главным обрядовым действием на Рождество был не только обход дворов, но и устраивались игрища «Женитьба Терешки». Продолжительность таких игрищ могла длиться до трех вечеров подряд. Молодежь собиралась в отдельно стоявшем доме, где танцевала, глядя друг на друга, после начинались «женитьба». Из присутствующих выбирали мать и отца. Отец выводил девушку, а мать – парня, эти действия сопровождалось танцами. После этого «молодые» выбирали старушку и дедушку, которые отсылали к образу предков. После определение «игровых пар», участники по очереди ловили друг друга и пели частушки-терешки.

Для крестьян Сибири на богатую кутью после семейного застолья беднейшие жители деревни продолжали праздновать у более зажиточных – колядовали, переодевших в цыган. Заходя в избу, «гости» стучали, пели величальные песни, при этом ряженный в «медведя» старался залезть на печь, но это у него не увенчалось успехом. Хозяева старались откупиться от ряженных продуктами питания и спиртным. С течение времени на откуп стали давали деньги. Если хозяева были жадными, то ряженные пели – «Не дашь мне колбасу – сарай с хатой разнесу! Не дашь водки мне – будет пусто в чугуне! Если хлеба не дашь – ржи у поля не проси!»

Следует отметить, что в Белгородской области наравне с колядками бытовали христославия, Так молодежь Корочанского района начиная с четырех утра ходила по дворам и славил Христа «Рождество твое, Христе, Боже наш», в Волоконовском районе славить Христа ходили только дети и пели «Нова града стала». В некоторых селах области славил Христа только

пожилые мужчины, они заходили в дом, садились на порог и пели «Рождество твое, Христе».

После обрядовых обходов дворов, молодежь шла в «договоренную избу», где употребляли собранные продукты, пели, танцевали, играли. Во время Святков работать категорически запрещалось, поэтому молодежь собиралась на вечеринки, которые в разных местностях назывались – посидушки, вечерушки, кулючки, сборни. Ни одни посиделки не обходились без игр. Так в старооскольских селах бытовала игра «У толочки», суть которой заключалась в том, чтобы поцеловать понравившуюся девушку. В Корочанском районе была распространена игра «Кольцо», своеобразный прототип детской игры «Колечко, колечко, выйди на крылечко» .

В период Святков девушки гадали на скорое замужество. Интересны гадания, которые бытовали в конце XIX – начале XX века в селах Брянской области. Там, для гадания использовали кусок хлеба, стакан и куклу. Тому кто участвовал в гадании, завязывав глаза, раскручивали и подводили к столу. Девука должна была нащупать один из трех предметов. Так, например, если выбирали хлеб, то муж будет богатый, стакан, говорил о муже пьянице. Самым страшным для девушки было взять куклу, это означало, что принесет в подоле. Интересное гадание бытовало в селах Томской и Новосибирской областях. Девушки пекли оладьи и клали их на порог и наблюдали за поведением приведенной собаки. Последовательность говорила об очередности замужества девушек, участвующих в гадании. Если собака не съедала чей-то оладь, то сидеть девушке год в девках [5].

Завершались Святки «голодной», «водопостной», «тонкой» кутьей – 18 января. В селах Белгородской области женщины варили свеклу и морковь, воду собирали для изготовления креста, мужчины в центре села мастерили каркас креста. После замерзания каркас убирали, а крест украшали цветами и травами.

Переходным праздником между зимой и весной была Масленица. Каждый день недели носил свое название. Интересен факт, что в Сибири Масленицу начинали встречать не в понедельник, как в западных и южных областях, а в среду или четверг.

На Масленицу во всех селах Белгородской области молодежь каталась на санях с гор. На русском Севере популярным было качание на качелях. Считалось чем выше взлететь, тем лен будет длинным и волокнистым. Качание могло сопровождаться угощением.

В некоторых местностях Сибири бытовал обычай «привязывания колодок» – своеобразная щепка или прутик, который привязывали холостым парням. Те, к кому была привязана «колодка», должны были откупиться угощением. Такой же обычай существовал и в некоторых селах Ракитянского района Белгородской области.

В селе Никитское Борисовского района в течении всей масленичной недели взрослые выносили на улицу снопы и били их цепом, что символизировало всей семье богатый урожай.

В селах Ровеньского района Белгородской области на Масленицу пекли не только блины, как повсеместно, но и вареники [4]. В селах Ракитянского района еще раз ходили ряженные по селу в шубе «мехом наружу», водили «козла». В селе Руская Халань Чернянского района молодежь бегала с горящими снопами по селу. В селе Захарово Чернянского района в понедельник и воскресенье жгли пурины, вокруг которых водили хороводы или прыгали через огонь.

В Брянской области чучело Масленицы возили целую неделю на санях по селу. Дети ходили по дворам и выпрашивали у хозяек блины. Также в пограничных селах с Беларусью на Масленицу существовал обряд гуканье весны. Для того обряда выпекали птичек-чирочек. С этими птичками устраивали хороводы, играли, а после угощали друг друга. В Ровеньском районе Белгородской области на масленицу делали чучело козла на каждой улице. Готовые чучела волокли или несли на палке на самое высокое место в селе [4]. Все это шествие сопровождалось песнями и плясками. При сжигании чучел водили хороводы. В смоленских селах разжигать масленичный костер разрешалось только старшим сельчанам или тем, кто на прошлую купальскую ночь смог «найти» цветок папоротника.

С четверга масленичной недели начиналась «широкая масленица», на которой мужчины мерились своей силой – устраивая кулачные бои.

В последний день Масленицы садились за стол семь раз, что символизировало количество недель Великого поста. По завершению ужина оставшиеся на столе продукты не убирали, а накрывали белой скатертью и овечьей шкурой наверх мехом. По мнению предков, это позволяет избежать разногласий и ссор целый год. В некоторых селах Новосибирской, Томской областях на ужин прощенного воскресенья ставили только блюда из сыра, масла, творога и молока, в отличие от традиционных блюд жителей Брянской, Смоленской областей, где могли быть сало и колбасы.

В селах Борисовского района Белгородской области после сжигания чучела Масленицы, пепел разбрасывали по полю, что сулило хороший урожай в будущем [3].

Особое место в традиционной народной культуре у наших предков занимала весна. Наши предки примечали, ели пчелы рано покинули ульи, то весна будет ранней. Смотрели на то, как утки возвращались домой из теплых стран если они были жирными, предвещало холодную весну.

Не менее важное место в народной культуре среди всех мартовских праздников занимали Сороки. Праздник приходился на день весеннего равноденствия. Во многих областях выпекали специальных обрядовых птичек «жаворонков», которых в Сибири дети подбрасывали вверх; в Борисовском районе Белгородской области «жаворонками» играли – один из детей прятал «жаворонка», остальные должны были его найти. Несмотря на то, что Сороки совпадали с Великим постом, молодежь Новосибирской, Омской, Томской областей собиралась по вечерам для исполнения песен, присуще атмосфере таких вечеров, не таких веселых как на Рождество или Масленицу. Чаще всего звучали в этот период баллады. Кроме баллад

сибирская молодежь могла исполнять песню «А в воскресенье раненько, бежит, кричит, дитяченько». В селах расположенных на границе России и Белоруси исполняли песни о тяжелой судьбе вдовы.

За неделю до Пасхи на Вербницу обязательным было освещение веточек вербы (для центральных и южных регионов), для северных регионов освещали ветки можжевельника. В период последней недели перед Пасхой особо выделялся четверг. На рассвете в этот день необходимо было мыться в бане, чтобы смыть все болезни на год вперед. Существовало строгое правило, детей которым скоро исполнится год, или исполнился совсем недавно, впервые стригли в Чистый четверг. Крестьяне, проживавшие в Сибири, в этот день окуривали избу можжевельником, вереском, багульником для защиты и изгнания «нечистых». В селах на границе с Беларусью в Чистый четверг запрещалось чистить печь и выпекать хлеб.

На всей территории в Чистый четверг хозяйки изготавливали оберег – четверговую соль, которую использовали в течении всего года.

Великую субботу в селах Томской области красили яйца и готовили много блюд. В западных областях в Страстную пятницу затворяли тесто для куличей.

Пасха – величайший праздник, когда, по мнению наших предков, могло исполниться любое желание. Во многих областях, пасхальное утро начиналось с общесемейного завтрака, на котором хозяин разрезал освященное яйцо на дольки по количеству членов семьи. До начала XX века пасхальный день старались провести дома, неохотно отпуская на улицу молодежь. Как считали наши предки, тот ушедший гулять весь год болтаться без толку будет. В отличии от западных областей, в южных – именно на Пасху водили танки и пели песни. На второй день Пасхи жители сел Ракитянского района Белгородской области ходили на кладбище, поминали усопших и катали яйца по могиле. В селе Солдатское Ракитянского района каждый день начиная с Пасхи и до Красной горки ходили на кладбище и катали яйца по могиле.

Повсеместно любимым занятием у всех возрастов была игра в битки, единственным отличием был способ какой частью яйца это делать. Так в южных областях это делали острым концом, в западных областях – тупым, а в Сибири и на Русском Севере – плашмя.

В западных областях на празднования Пасхи отводили целых три дня, в которые работа была под запретом. Анализируя источники, мы выяснили, что в областях граничащих с Беларусью на Пасху по дворам ходила группа волочебников, состоящих их молодых парней. Волочебники могли посещать избы сельчан все три дня, но зачастую обходились только первым пасхальным днем. Волочебные песни и обряды были наполнены магическим смыслом, в них высказывалось пожелание здоровья всему семейству, счастья, согласия и благополучия не только членам семьи, но и всему хозяйству. После исполнения песен «Христос воскрес – сын Божий» или «Зеленый сад вишневый», хозяева щедро одаривали волочебников продуктами питания.

После Пасхи на пятидесятый день отмечали Троицу. В народной традиции этот праздник величали Сёмуха. Этот праздник представлял собой переходный между весенним и летним циклами. Кроме культа предков для Троицы характерен и культ зелени. Интересный обряд существовал в Сибири еще в середине XX века. На Троицу девушки и малые дети ходили в лес. Малые дети искали длинную ореховую палку, которую необходимо было согнуть в круг. Тем временем, девушки рвали березовые и липовые веточки и делали венок. После того, как венок был готов, четверо детей поднимали его на вилы и несли в деревню. Необходимо было пролезть через этот венок вначале малым детям, потом бабкам. Это ритуальное действие сопровождалось песней: «Шла русалка салом, салом, закрывшись паром, паром. Ее детки боялись, за старых баб хватались». После этого венок подвешивали высоко, для того чтобы русалки через него прыгали и парней не трогали.

В селах Борисовского района девушки на Троицу изготавливали куколку, несли ее в сад и усаживали на дерево; затем устраивали праздничную трапезу с песнями и плясками. В селе Ковылино Чернянского района на Троицу изготавливали не только куколку (кукушку), но и носили «березку». Вечером «березку» разламывали и каждая девушка брала себе веточку, которой можно было оградить скотину от болезней. В Русской Халани, также использовали куклу и веточку, но в отличие от села Ковылино веточки была сосновая. Интересным можно рассматривать тот факт, что еще в начале XX века жители сел Никитское и Зозули Борисовского района пекли пирог из пшена [3].

Особенностью кумления в селах Новосибирской, Томской, Тюменской и Омской областях было то, что в отличие от центральных и южных районов кумились не только девушки, но и женщины. Объясняется этот факт тем, что женщины в период Троицы могли подыскать себе куму для крещения своих детей. Также для многих сел Сибири было характерным участие в плясках не только молодых, но и женщин преклонного возраста. Бытовавшие игры на Троицу в перечисленных выше областях – «Бить-бежать», «В шарики». В селе Верх-Тула Новосибирской области на Троицу между парнями и мужчинами устраивались спортивные состязания – конные бега.

Все трудовые заботы уходили на второй план с наступлением Купалья, ведь праздник приходился на день летнего солнцестояния и отмечался в ночь с 23 на 24 июня (по старому стилю) или с 6 на 7 июля по новому стилю. Молодежь собиралась на горе или на берегу реки, так как это были самыми любимыми местами празднования. В некотором плане, это был значимый праздник для незамужней молодежи, которые готовились к созданию семьи. Для Купалья характерны мотивы брачной направленности, которые переплетаются с магическими. Согласно народным поверьям, счастье и достаток в семье могли обеспечить молодые, способные дать начало новой жизни.

Обязательным атрибутом праздника был купальский костер, о котором нужно было заботиться заранее. По приметам, купальский костер очищал от любых болезней и недобрых помыслов. Именно с этой целью старались прыгнуть через очистительное пламя костра. Как и на Троицу в некоторых областях изготавливали купальскую куклу, которую по окончании праздника топили в реке. Существовал обычай и кататься по земле, при этом обязательным условием было закатиться в воду. Объяснялось это верой в передачу силы и мощи Матушки Земли.

С Купалой связано в народной традиции много представлений и верований. Например, на рассвете необходимо было собирать травы и цветы для врачевания. В Ракитянском районе накануне купальской ночи девушки плели венки из желтых цветов, который называли «дрысля». Придя домой такой венок снимали с головы и клали на капусту, чтобы качаны были большими и тугими.

В селах Чернянского района, в отличие от общерусской традиции через костер не прыгали. Костер заменяли зарослями крапивы. Во многих селах Борисовского района на Купалу хозяйки варили кутью, в селе Зозули украшали дерево лентами.

В селах Смоленской области некоторые девушки ворожили. Вечером срывали мелколепестник и втыкали его в избе. Если за ночь мелкие цветочки распушатся, то весь год вороживший будет счастлив, если нераспушится, то ждали неприятности. Так, этнограф В. Никифоровский отмечал, что для купальских песен характерна брачная и трудовая направленность, бытовали и семейная тематика, в которой отражалось негативное отношение к свекрови. Выявлены также песни шуточного характера.

В Колыванском районе Новосибирской области на Купалу необходимо было пойти на могилу родных и полить ее под песни. Этот обычай проводили для «нечислых» покойников, которые утонули и не могли подходить к воде. Для Западной Сибири на Купалу было нормальным бесчинства молодежи – они могли снять колеса с телеги, испугать сельчан, украсть птицу. В Томской области на Купалу завивали венки и пускали их в специально вырытую глубокую яму с водой. Держится на воде – замуж выйдет, потонет – год в девках сидеть. Также в селах, где проживали чалдоны, бытовало поверье, что на Купалу можно подслушать разговор растений и узнать где клад, данные представления сохранились до конца XX века. В Енисейском крае обязательно на Купалу накрывали богатый стол и приглашали всех сельчан в гости. Основным блюдом были вареники с клубникой. После сытного застолья все выходили на улицу и водили хороводы.

В селе Козлинка еще в 40–50-е годы XX века у костра мастерили чучело – колдунку, одевали в старую, рваную одежду и ходили с ней по селу. Вечером вешали ее кому-нибудь на забор, тем самым выказывая свое недовольство или подозревая жителей в колдовстве или ведьмачестве.

Выполнявшиеся молодежью ритуальные бесчинства, воровство символизировали, как и в период Зимних Святков разгул «нечисти».

Анализируя информацию по праздничной культуре, мы можем констатировать, что сохранение многих традиций календарного цикла, часть которых существует до сих пор, получает своеобразную трансформацию и новый импульс к развитию. Для народной культуры Белгородской области можем наблюдать ассимиляцию русской, украинской и белорусской традиций, что способствовало в некотором роде сохранению славянской архаики. В целом это свидетельствует, что переселение на территорию современной Белгородской области малороссов и белорусов непременно ощущается в элементах праздничной культуры.

Список литературы

1. Зеленин, Д. К. Восточнославянская этнография / Д. К. Зеленин. – Москва : Наука, 1991. – 24 с.
2. Терещенко, А. В. История культуры русского народа / А. В. Терещенко. – Москва : Эксмо, 2007. – 792 с.
3. Традиционная культура Белгородского края. – Вып. 1. Борисовский, Вейделевский, Волоконовский районы : сборник научных статей и фольклорных материалов из «Экспедиционных тетрадей» / ред.-сост. В. А. Котеля. – Белгород : Издание БГЦНТ, 2006. – 148 с. : нот.
4. Традиционная культура Ровеньского района Белгородской области. – «Экспедиционная тетрадь». Вып. 16 : сборник научных статей и фольклорных материалов / сост. и науч. ред. В. А. Котеля. – Изд. 2-е, переработ. и дополн. – Белгород : Издание БГЦНТ, 2013. – 49 с. : нот.
5. Ширин, Ю. В. Игры первых русских сибиряков / Ю. В. Ширин // Сибирская старина. – 2004. – № 22. – С. 49-54.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Абдуллаева П.Р. – студент I курса магистратуры академии цифровой трансформации Дальневосточного Федерального университета, г. Владивосток.

Белецкая Е.А. – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности и туризма Белгородского государственного института искусств и культуры.

Бобрышева В.Е. – обучающийся кафедры библиотечно-информационной деятельности Белгородского государственного института искусств и культуры.

Булатова Г.Ф. – кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса и туризма Института управления, экономики и финансов Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань.

Бутова И.Н. – кандидат исторических наук, доцент кафедры общетеоретических и гуманитарных дисциплин Белгородского государственного института искусств и культуры.

Быканова М.С. – доцент кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Волкова И.Г. – кандидат педагогических наук, старший научный сотрудник лаборатории начального образования Научно-методического учреждения «Национальный институт образования» Министерства образования Республики Беларусь, г. Минск.

Волченко Т.А. – аспирант Казанского кооперативного института (филиал) АНОО ВО ЦС РФ «Российский Университет Кооперации», г. Казань.

Воронова О.А. – магистрант Академии цифровой трансформации Дальневосточного Федерального университета, г. Владивосток.

Гавронова Ю.Д. – кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических наук Смоленского государственного института искусств, г. Смоленск.

Гененко О.Н. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности и туризма Белгородского государственного института искусств и культуры.

Дагаева К.И. – аспирант Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования Московского педагогического государственного университета, г. Москва.

Дементьев Б.П. – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры истории и археологии Пермского государственного национального исследовательского университета, г. Пермь.

Дмитренко Е.А. – обучающийся кафедры графического дизайна и медиатехнологий Белгородского государственного института искусств и культуры.

Донникова Т.С. – старший преподаватель кафедры социально-культурной деятельности и туризма Белгородского государственного института искусств и культуры.

Дюрягина Ю.Ю. – магистрант Центра магистратуры Института управления, экономики и финансов Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань.

Егорова А.Д. – обучающийся кафедры дизайна среды и моды Белгородского государственного института искусств и культуры.

Заболотская Е.А. – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры искусства костюма и моды Института искусств РГУ им. А.Н. Косыгина, г. Москва.

Зенин С.Н. – кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой общетеоретических и гуманитарных дисциплин Белгородского государственного института искусств и культуры.

Карпенко О.А. – кандидат экономических наук, ведущий специалист АО «Самарагорэнергосбыт», г. Самара.

Киреев М.Н. – доктор философских наук, профессор кафедры философии, культурологии, науковедения Белгородского государственного института искусств и культуры.

Киреева Н.В. – кандидат педагогических наук, профессор кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Колтунова С.В. – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Коренева Е.Н. – кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Кузнецова Д.В. – кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Кулабухов Д.А. – кандидат философских наук, доцент кафедры социальной работы Белгородского государственного национального исследовательского университета.

Кулабухова М.А. – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры философии, культурологии, науковедения Белгородского государственного института искусств и культуры.

Кущенко Е.С. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности и туризма Белгородского государственного института искусств и культуры.

Лиханова В.В. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социокультурного туризма Забайкальского государственного университета, г. Чита.

Макажанова Ж.М. – магистр педагогических наук, преподаватель Высшего колледжа имени Магжана Жумабаева, г. Петропавловск.

Мирошниченко Е.В. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности и туризма Белгородского государственного института искусств и культуры.

Новикова Н.В. – преподаватель Белгородского механико-технологического колледжа.

Осипова А.А. – обучающийся кафедры графического дизайна и медиатехнологий Белгородского государственного института искусств и культуры.

Пендюрин Е.А. – кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, преподаватель кафедры общетеоретических и гуманитарных дисциплин Белгородского государственного института искусств и культуры.

Петракова Р.А. – преподаватель кафедры декоративно прикладного искусства Волгоградского государственного института искусств и культуры, г. Волгоград.

Подсарайнова Л.В. – студентка социально-гуманитарного факультета Нижнетагильского государственного социально-педагогического института (филиал Российского государственного профессионально-педагогического университета), г. Нижний Тагил.

Польшина А.А. – преподаватель спецдисциплин Белгородского механико-технологического колледжа.

Попова Л.М. – кандидат философских наук, педагог дополнительного образования, руководитель студии эстрадного вокала «Пятый океан» Белгородского областного Дворца детского творчества.

Рыжова П.А. – студентка 3 курса историко-филологического факультета Марийского государственного университета, г. Йошкар-Ола.

Ряднова С.А. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности и туризма Белгородского государственного института искусств и культуры.

Салимшин И.Л. – магистрант первого курса направления «Социология», Школы социальных наук и востоковедения, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Филиал Санкт-Петербург.

Себелева Л.И. – преподаватель кафедры общетеоретических и гуманитарных дисциплин Белгородского государственного института искусств и культуры.

Солодовникова Н.В. – кандидат философских наук, доцент кафедры общетеоретических и гуманитарных дисциплин Белгородского государственного института искусств и культуры.

Сороцкая А.П. – преподаватель кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Титова Е.А. – аспирант кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса Белгородского государственного национального исследовательского университета.

Титова М.П. – кандидат философских наук, доцент кафедры социокультурного туризма Забайкальского государственного университета, г. Чита.

Халимон М.В. – методист кафедры графического дизайна и медиатехнологий Белгородского государственного института искусств и культуры.

Харьковская Е.В. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности и туризма Белгородского государственного института искусств и культуры.

Чернявская Н.Э. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Ческидова И.Б. – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры психологии и педагогики дошкольного и начального образования Нижнетагильского государственного социально-педагогического института (филиал) Российского государственного профессионально-педагогического университета, г. Екатеринбург.

Шишмарова В.Г. – преподаватель кафедры иностранных языков Белгородского государственного института искусств и культуры.

Шулика М.В. – старший преподаватель кафедры общетеоретических и гуманитарных дисциплин Белгородского государственного института искусств и культуры.

Яковлева Л.В. – преподаватель кафедры общетеоретических и гуманитарных дисциплин Белгородского государственного института искусств и культуры.

Научное издание

**НАУКА. КУЛЬТУРА. ИСКУССТВО:
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

**Сборник материалов Всероссийской
(с международным участием)
научно-практической конференции
(Белгород, 02 февраля 2024 года)**

**В пяти томах
Том 5**