

изучению культуры. Тем не менее, концепция культурогенеза Фрейда представляет большой интерес для наших современников, пытающихся представить культурное прошлое, а также связать его с настоящим и будущим.

Список литературы:

- [1] Фрейд З. Будущее одной иллюзии // Сумерки богов / Сост. и общ. ред. А.А. Яковлева. М. 1989. С. 94-142.
- [2] Фрейд З. К психологии любовной жизни. Об особом типе выбора объекта у мужчин // Психотерапия. 1911. № 2. С. 62-71.
- [3] Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я». // Фрейд З. «Я» и «Оно». Труды разных лет. В 2 кн. Тбилиси, 1991. Кн.1. С. 71-138.
- [4] Фрейд З. Неудовлетворенность культурой // Мир философии: Книга для чтения. В 2ч. Ч. 2. М., 1991. С. 285-295.
- [5] Фрейд З. Толкование сновидений. М., 2005. 681 с.
- [6] Фрейд З. Тотем и табу. // Фрейд З. «Я» и «Оно». Труды разных лет. В 2 кн. Тбилиси, 1991. Кн.1. С. 193-350.
- [7] Фрейд З. «Я» и «Оно» . // Фрейд З. «Я» и «Оно». Труды разных лет. В 2 кн. Тбилиси, 1991. Кн.1. С. 351-392.
- [8] // <https://dic.academic.ru/dic.ncf/ru/wiki/89301>

© Д.А. Балыкин, 2017

**К ВОПРОСУ ОБ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОМ
ФЕНОМЕНЕ КАРНАВАЛАХ КАК ОДНОМ ИЗ ВИДОВ
СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА**

А.В. Колобова,
Магистр 2 курса «Международный туризм»,
О.А. Масалова,
к.и.н., доц., КФУ, г.Казань

Аннотация: Актуальность данной статьи обусловлена повышением интереса современного общества к зрелищным формам культурной коммуникации. Статья направлена на

рассмотрение особенностей историко-культурного содержания карнавала в современной социокультурной ситуации, и его влияния на событийный туризм. При исследовании был сделан вывод, что феномен карнавала имеет отражение в современной массовой культуре в виде таких культурных индустрий как событийный туризм.

Ключевые слова: карнавал, карнавализация культуры, событийный туризм, событийные мероприятия

Событийный туризм является новым востребованным направлением в индустрии туризма. В современном мире туристская аудитория все более отдаёт предпочтение активному отдыху, нежели пассивному. Просто пляжный отдых остаётся в прошлом. Туристы ищут ему альтернативу или комбинируют различные формы активного и пассивного отдыха.

Особенность событийного туризма в том, что каждый год его состав пополняют новые туры. Нередко из разряда случайных они становятся регулярными. В настоящее время наиболее крупным сектором в событийном туризме являются «карнавальные» туры.

Говоря об одном из ярчайших элементов праздничной культуры, необходимо обратиться к его истории. Точное происхождение слова «карнавал» не известно. Предполагается, что произошло от итальянского слова «carne» - мясо, либо от слова «carrus» - повозка. Первый вариант предполагает христианское происхождение, второй языческое.

История карнавалов уходит в глубь веков. Карнавальные действия особенно ярко начинают проявляться в культуре Древнего Рима: вакханалии, луперкалии и сатурналии. Их названия напрямую связаны с представителями древнеримской мифологии: вакханалии – с именем бога молодого вина и виноделия Вакха, луперкалии – с богом стад и пастухов, сатурналии – с Сатурном. В Византии они продолжали существовать под названием «брумалий». Такой праздник носил разнузданный характер. Мужчины и женщины переодевались в одежду друг друга, надевали маски и предавались разнузданному веселью. Крупнейший исследователь карнавальная культура, культуролог, теоретик европейской

культуры и искусства М.М.Бахтин дает следующую оценку данному историко-культурному феномену: «В карнавале сама жизнь играет, а игра на время становится самой жизнью. В этом специфическая природа карнавала, особый род его бытия. Карнавал — это вторая жизнь народа, организованная на начале смеха. Это его праздничная жизнь» [1; 1, с. 5].

Праздник является первичной формой человеческой культуры [2; 1, с.13]. Праздники карнавального типа представляют широкий спектр возможностей для раскрытия творческого потенциала каждого участника. В том числе и самовыражение в творчестве. Таким образом, карнавал в контексте массового воспроизведения культуры позволяем большинству включаться в процесс культуротворения.

Карнавал, представляющий собой иную, реконструированную, исторически верифицированную реальность. Человек, попадая в карнавальную игровую среду, представляя себя в совершенно ином, не типичном социокультурном статусе, включается в активный многоуровневый коммуникативный процесс.

«Тема рождения нового, обновления, органически сочеталась с темой смерти старого в веселом и снижающем плане, с образами шутовского карнавального развенчания» [3;1, с.92]. Как свидетельствуют многочисленные исследования, карнавалы и их производные виды отдыха были призваны снимать социальное напряжение в обществе. Примерив на себя карнавальный образ, скрывая лицо под маской, человек получал свободу самовыражения, что, в свою очередь, помогало снять стресс, накопившиеся личные проблемы.

А.Макаревич в своей работе «Бард-карнавал» пишет о том, что карнавал важен для здоровья человека, как физического, так и психического. Обобщая выше сказанное, можно выделить, почему можно считать карнавал «полезным»: в карнавале возможна публичная творческая самореализация; коммуникация возможна вне зависимости от социального положения; Из всего А. Макаревич в своей работе делает вывод: «карнавализация имеет немаловажное педагогическое значение. Посредством воспитания и культивации народной карнавальной культуры современный человек получает своего рода прививку

от воздействия негативных явлений и издержек в общественной и политической жизни»[4; 6].

При исследовании феномена карнавала оказалось, необходимым обозначить современную ситуацию относительного данного вопроса. Многие исследователи сходятся в одном, что все существующие современные карнавалы развиваются в двух исторически сложившихся направлениях - европейское (представленное карнавальными традициями средневековой Европы) и карибское (карнавалы, которые возникли в процессе этнокультурного синтеза в Латинской Америке).

Феномен карнавала становится культурной индустрией, и сама современная культура начинает порождать карнавальные индустрии. Среди них следует выделить наиболее крупный сектор - это событийный туризм.

Событийный туризм ставит «акцент на посещении местности в определенное время или в определенный период, приуроченный к какому-либо событию» [5; 6, с.210]. Мероприятия событийного туризма являются крайне разнообразными в выборе: от карнавалов, традиционных ярмарок до фестивалей и театрализованных шоу. «С организационной точки зрения, событие – это проект, в который вовлекаются организаторы мероприятий, спонсоры, туристские фирмы. Для посетителей события и его участников – это получение культурного опыта, способ проведения досуга, цель путешествия и объект интереса. С другой стороны, событие можно рассматривать, как возможность создать дополнительный спрос на конкретный объект проведения досуга или развлечения»[6; 5, с.36].

Одним из наиболее ярких проявлений карнавального типа в событийном туризме предстает карнавал в Рио-де-Жанейро. Согласно статистическим данным ВТО, его посещают более 700 000 туристов со всего мира.

В этом празднике олицетворяется национальный дух и менталитет этого региона. «Современное население Бразилии сформировалось в результате слияния коренного индейского населения, потомков африканских народов, эмигрантов из Азиатских и Европейских стран. Столкновение

противоположных по бытности культур и религиозных взглядов, стало фундаментом для новых традиций, краеугольным камнем которых стал бразильский карнавал – праздник, объединяющий народы на своей территории, беспрецедентный по своим масштабам, активности действия, места, занимаемого в жизни общества и расходованию финансового ресурса на его проведение»[7; 2]. Ещё одна не менее популярная страна карнавала – Италия. Мероприятия Венецианского карнавала, согласно данным ВТО, ежегодно посещают более полумиллиона человек.

«Если рассматривать событийные мероприятия с точки зрения коммуникативного воздействия, то очевидна их прямая связь с событийным маркетингом, когда событие становится инструментом продвижения территории»[8; 4].

Такие технологии помогают раскрыть потенциал территории. События, прославившие тот или иной город, регион, страну, которые становятся своеобразным брендом территории, известны всему миру. Карнавал в Рио-де-Жанейро яркий тому пример, о нем знают на всех континентах.

Для органов власти событийные мероприятия должны служить толчком для развития туристической инфраструктуры.

Кроме того, мероприятия событийного характера оказывают поддержку в развитии малого и среднего бизнеса, влияют на такие важные аспекты, как сохранение культурно-этнического наследия и сохранения природы.

Успешное развитие событийного туризма напрямую зависит от системы планирования мероприятий. Это сложный процесс, где совместно работает оригинальность творческого подхода с общим направлением бренда. «Состав и количество участников, вовлеченных в стратегический процесс, зависит от степени развитости сферы туризма»[9; 3]. Грамотно продуманный подход к организации карнавального действия решает ряд задач, которые формируют имидж региона, что в свою очередь приводит к росту туристического потока. На сегодняшний день событийный туризм это перспективная и динамично развивающаяся отрасль мирового туристического рынка, которая так же является и инструментом продвижения территории.

Список литературы:

1) Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Худож. лит., 1990. 541 с.

2) Булганина С.В. Событийный туризм: история и перспективы развития // Наукоеведение. 2015. Т.7, № 3. С. 6. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/168EVN315.pdf> (дата обращения: 08.05.2017)

3) Давыденко И.В. Доминаты рынка событийного туризма // Вестник. Наука и практика. URL: <http://xn--e1aaajfpeds8ay4h.com.ua/pages/view/445> (дата обращения: 1.05.2017)

4) Климова Т.Б., Вишневская Е.В., Богомазова И.В. К вопросу развития событийного туризма на уровне региональных экономик // Современные проблемы науки и образования. 2014. №6. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16106> (дата обращения: 14.10.2017)

5) Климова Т.Б. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом // Науч. результат. Сер. Технологии бизнеса и сервиса. 2014. № 1. С. 36.

6) Колобова А.В. Современные культурные индустрии карнавала // Итоговая научно-образовательная конференция студентов Казанского федерального университета 2016 года: сб. статей: в 5 т. / Мин-во образования и науки; Казанский (Приволжский) федеральный ун-т. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – Т. 2: Юридический факультет, Институт международных отношений, истории и востоковедения. - С.209-211.

http://kpfu.ru/portal/docs/F1170900804/233_12._Itog..nauchno_obraz..konf.._Stati..T.2._Blok.pdf (дата обращения 10.12.2017)

7) Макаревич А. А. Бард-карнавал: теория и практика //bards.ru:Международный портал авторской песни. 2009. URL: http://www.bards.ru/press/press_show.php?id=1201 (дата обращения: 08.05.2017)

© А.В.Колобова, О.А. Масалова, 2017