

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»



ВЕСТНИК ТЮМЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ИНСТИТУТА КУЛЬТУРЫ

04 (22) / 2021

Тюмень
2021

**ВЕСТНИК
ТЮМЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ИНСТИТУТА КУЛЬТУРЫ**

Научный журнал

04 (22) / 2021

Учредитель

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Тюменский государственный институт культуры»

Главный редактор **Омельченко Игорь Николаевич**

Зам. главного редактора **Криницкий Александр Ярославович**

Научный редактор **Акулич Евгений Михайлович**

Ответственный редактор **Балина Лариса Федоровна**

Редакторы

Олейникова Инна Валентиновна, Тиунова Нина Владимировна

Адрес редакции:

625003, Российская Федерация, г. Тюмень, ул. Республики, д. 19, к. 301

Тел./факс: (3452) 29-70-64, 29-70-49 e-mail: nauka_tgaki@mail.ru

ББК 78.6

В 38 Вестник Тюменского государственного института культуры : материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Социум. Культура. Личность. Досуг: творчество и коммуникации в культурной среде», посвященной Году науки и технологий и 30-летию Тюменского государственного института культуры, 18–19 ноября 2021 г. / гл. ред. И. Н. Омельченко ; зам. гл. ред. А. Я. Криницкий ; науч. ред. Е. М. Акулич, отв. ред. Л. Ф. Балина. — Тюмень : РИЦ ТГИК, 2021. — № 04 (22). — 168 с.

В текущий номер научного журнала «Вестник Тюменского государственного института культуры» вошли материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Социум. Культура. Личность. Досуг: творчество и коммуникации в культурной среде» по наиболее актуальным вопросам социально-культурной сферы: укрепление гражданской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации; социальные технологии в сфере культуры и досуга; практико-ориентированный подход в социально-культурной деятельности; современный человек в эпоху цифровизации образования; технологии информационно-познавательной и просветительской деятельности; образовательные и досуговые центры в культурной среде региона; возможности творческого развития и самореализации личности.

Авторами статей являются преподаватели вузов, аспиранты, магистранты, работники учреждений культуры. Материалы «Вестника» адресованы преподавателям и студентам вузов, работникам социально-культурной сферы и широкому кругу читателей, интересующихся научно-исследовательской проблематикой современного социально-гуманитарного знания.

ISSN 2413-7898

© Тюменский государственный институт культуры, 2021.

© РИЦ ТГИК (оформление), 2021.

The Ministry of Culture of the Russian Federation
The Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“TYUMEN STATE INSTITUTE OF CULTURE”



HERALD
OF TYUMEN
STATE
INSTITUTE
OF CULTURE

04 (22) / 2021

Tyumen
2021

**HERALD
OF TYUMEN STATE INSTITUTE OF CULTURE**

Academic periodical

04 (22) / 2021

Founder

The Federal State Budgetary Educational Institution
of Higher Education
“Tyumen State Institute of Culture”

Editor-in-chief Omelchenko Igor Nikolaevich

Deputy editor-in-chief Krinitskiy Alexander Yaroslavovich

Science editor Akulich Evgeniy Mikhailovich

Publishing Editor Balina Larisa Fedorovna

Editors

Oleynikova Inna Valentinovna, Tiunova Nina Vladimirovna

Editorial office:

625003, Russian Federation, Tyumen, Respubliki st., 19, office 301;
tel./fax: +7 (3452) 29-70-64, 29-70-49 e-mail: nauka_tgaki@mail.ru

BBK 78.6

- B 38 Herald of Tyumen State Institute of Culture** : the materials of XII All-Russian Research and Practice Conference with International Participation “Social medium. Culture. Personality. Leisure : Creative Work and Communications in Cultural Medium”, devoted to the Year of Science and Technology and to the 30th Anniversary of Tyumen State Institute of Culture, 18–19 November 2021 / ed.-in-ch. I. N. Omelchenko, dep. ed.-in-ch. A. Ya. Krinitskiy ; sc. ed. E. M. Akulich, publ. ed. L. F. Balina. — Tyumen : EPC TSIC, 2021. — № 04 (22). — 168 p.

The current issue of academic periodical “Herald of Tyumen State Institute of Culture” contains the materials of XII All-Russian Research and Practice Conference with International Participation “Social medium. Culture. Personality. Leisure : Creative Work and Communications in Cultural Medium” on the most pending questions of social and cultural sphere: enforcement of civil identity on the basis of spiritual, moral, and cultural virtues of the peoples of the Russian Federation; social technologies in the sphere of culture and leisure; practice-oriented approach to social-cultural activity; modern man in the era of the digitalization of education; technologies of informational, cognitional, and educational activity; educational and leisure centers in the cultural sphere of the region; opportunities of creative development and self-realization of an individual.

The authors of the articles are teachers of Higher Education Institutions, post graduate students, master’s degree students, cultural establishments’ employees. The materials of “Herald” are addressed to the teachers and students of Higher Education Institutions, socio-cultural sphere employees and to non-specialist audiences, interested in scientific-research issues of modern socio-humanitarian knowledge.

ISSN 2413-7898

© Tyumen State Institute of Culture, 2021.

© EIC TSIC (design), 2021.

Состав редакционного совета журнала

Акулич Е.М. — доктор социологических наук, научный редактор направления «Социально-культурная деятельность».

Васильева Е.Н. — доктор социологических наук, научный редактор направлений «Конфликтология», «Психология».

Дёмина Л.В. — доктор культурологии, научный редактор направления «Музыкальное искусство».

Захарова Л.Н. — доктор философских наук, научный редактор направлений «Культурология», «Философия и общественные науки».

Кононова Т.М. — доктор социологических наук, научный редактор направлений «Социология», «Культурология».

Мулявина Э.А. — кандидат педагогических наук, научный редактор направления «Библиотечно-информационная деятельность».

Сезёва Н.И. — доктор искусствоведения, научный редактор направления «Теория и история искусства».

Семёнова В.И. — доктор культурологии, научный редактор направления «Музеология и охрана памятников культурного наследия».

Скульмовская Л.Г. — доктор социологических наук, научный редактор направлений «Социология», «Социально-культурная деятельность».

Шестакова Н.В. — кандидат исторических наук, научный редактор направлений «История», «Краеведение», «Туризм».

Editorial board of the periodical

Akulich E.M. — Doctor of Social Sciences, science editor in the field of Socio-Cultural Activities.

Demina L.V. — Doctor of Cultural Studies, science editor in the field of Musical Art.

Kononova T.M. — Doctor of Social Sciences, science editor in the fields of Sociology, Science of Culture.

Mulyavina E.A. — Candidate of Pedagogic Sciences, science editor in the field of Library and Information Activity.

Semenova V.I. — Doctor of Cultural Studies, science editor in the field of Museology and Preservation of Monuments of Cultural Heritage.

Sezeva N.I. — Doctor of Art History, science editor in the field of Theory and History of Art.

Shestakova N.V. — Candidate of Historical Sciences, science editor in the fields of History, Area Study, Tourism.

Skulmovskaya L.G. — Doctor of Social Sciences, science editor in the fields of Sociology, Socio-Cultural Activities.

Vasilyeva E.N. — Doctor of Social Sciences, science editor in the fields of Conflictology, Psychology.

Zakharova L.N. — Doctor in Philosophy, science editor in the fields of Science of Culture, Philosophy and Social Sciences.

Содержание

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

<i>Грошева Л.И., Грошев И.Л., Грошева И.А.</i> Проблема отображения институтов семьи и родительства в национальных информационных системах	10
<i>Пляхотко А.С., Акулич Е.М.</i> Укрепление гражданской идентичности подрастающего поколения средствами электронных ресурсов первой электронной национальной библиотеки России	16
<i>Яблоков М.С., Семешко Н.А.</i> К вопросу о музыкальных артефактах	20
<i>Балина Л.Ф., Камиллери Н.А.</i> Особенности эмоциональных состояний у студентов вуза культуры в период самоизоляции	24

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ДОСУГА

<i>Антонова Л.Ю., Ипполитова О.С.</i> Формирование корпоративной культуры в сельском клубном учреждении (на примере Викуловского районного дома культуры)	42
<i>Антонова Л.Ю., Осокина Д.Д.</i> Добровольческая деятельность в эпоху посткарантинного пространства в регионе (на примере Тюменской области)	50
<i>Орлова К.С., Басова Е.А.</i> Культура и образование в Тюменском регионе	56
<i>Вострых В.Е., Соколова Н.П.</i> Черты античного театра: современная Тюмень	59
<i>Гауч О.Н.</i> Этнографический музей как одна из форм сохранения культуры малочисленных народов Тюменского региона	64
<i>Евдокимов А.А., Савицкая Е.А.</i> К вопросу оценки конкурентоспособности отелей, оказывающих оздоровительные услуги в городе Тюмень	69
<i>Жаркова С.А., Бондарчук Д.А.</i> Современный человек в эпоху цифровизации	74
<i>Захарова Л.Н.</i> Особенности современных ценностей	77
<i>Зюбанова Е.М.</i> Особенности российской культуры	81
<i>Ильницкий О.В., Надеина О.А., Растегаева Н.А.</i> Социальные сети в туристическом маркетинге	84
<i>Кащеева Е.С.</i> Семейный фотоальбом как процесс интеграции во второй половине XIX — начале XX в.	87
<i>Козырев А.А., Савицкая Е.А.</i> Потенциал развития событийного туризма в Ханты-Мансийском автономном округе	91
<i>Кононова Т.М., Косполова Н.Э., Соколов А.Н.</i> Историко-культурный центр «Царская пристань»	95
<i>Лосинская А.Ю.</i> Региональные игровые практики через призму взаимодействия церковного и секулярного	98
<i>Лосинская Н.А., Лосинская А.Ю.</i> Проблема секулярности: конфессиональные категории и сознание подростков	101

<i>Меркель Т.А.</i> Маркетинговый подход к управлению учреждениями культуры и искусства	103
<i>Начметдинова Д.Д., Гармаш Ю.Д., Дружинина Е.В.</i> «Пушкинская карта»: предварительные заметки	107
<i>Осколкова О.В.</i> Функционирование учреждений социально-культурной направленности в современных условиях на примере автономного учреждения «Культура и молодежная политика» Исетского муниципального района	109
<i>Петрова Е.В., Савицкая Е.А.</i> Этнический туризм в России: экспликация понятий	116
<i>Пронин Г.С.</i> Для чего нужны музеи и что называть музеем?	120
<i>Рахманова А.М., Савицкая Е.А.</i> Имидж Тюменской области на рынке внутреннего и въездного туризма	124
<i>Сидорова В.С.</i> Формирование финансовой грамотности у студентов творческого вуза в рамках элективного курса «Финансовая грамотность»	130
<i>Тараторин Е.В., Курапина Е.В.</i> Проблемы и перспективы развития научной специальности «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности»	140
<i>Чудиновская А.К., Савицкая Е.А.</i> Туристская дестинация в контексте выставочного менеджмента	144
<i>Шапалов В.Н.</i> Проблемы формирования гражданской идентичности в современном российском обществе	149
<i>Шлюева М.В., Савицкая Е.А.</i> К вопросу о брендинге туристского региона на примере Тюменской области	157
<i>Яковлева Ю.Ю., Басова Е.А.</i> Особенности креативных пространств Тюмени	162
<i>Требования к материалам, представляемым к публикации</i>	166

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

УДК 316.323.5

*Л.И. Грошева, И.Л. Грошев, И.А. Грошева**L.I. Grosheva, I.L. Groshev, I.A. Grosheva*

ПРОБЛЕМА ОТОБРАЖЕНИЯ ИНСТИТУТОВ СЕМЬИ И РОДИТЕЛЬСТВА В НАЦИОНАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

THE PROBLEM OF REFLECTION OF THE INSTITUTES OF FAMILY AND PARENTING IN NATIONAL INFORMATION SYSTEMS

Аннотация. В статье рассматривается проблема восприятия семьи и роли родителей в рамках системы ценностей тюркского и славянского сообществ как реакция на изменения в жизненных ориентирах и установках современной молодежи. В рамках данного авторского исследования методом контент-анализа представлены основные различия в позиционировании семьи у славян и тюрков, выявлены их подходы к предоставлению информации, а также соотнесение индивидуальных траекторий развития и потенциала семейной жизни.

Ключевые слова: родительство, семья, молодежь, национальные различия, система ценностей, установки.

Annotation. The article examines the problem of the perception of the family and the role of parents within the system of values of the Turk and Slavic communities, as a reaction to changes in the life orientations and attitudes of modern youth. Within the data framework of the authors' research, using the method of content analysis, the main differences in the positioning of the family among the Slavs and the Turks are presented, their approaches to the provision of information are revealed, as well as the correlation of individual trajectories of development and the potential of family life.

Keywords: parenting, family, youth, national differences, value system, attitudes.

В значительной мере укреплению позиций индивидуализма способствовала и актуализация виртуального пространства, обусловившего высокий уровень прозрачности частной жизни людей и популяризацию демонстрации лучших сторон жизни. Таким образом, виртуальное пространство стало основным источником информации и средством коммуникации для большинства молодых людей, что косвенно свидетельствует о высоком уровне влияния виртуальной среды на цели, ценности и установки населения [1, с. 292].

В целом внимание к проблеме института семьи вызвано вполне объективными показателями. Согласно данным Росстата, в апреле 2021 года количество разводов сравнялось с объемом заключаемых браков, в то время как количество разводов увеличилось в 4,5 раза. Хотя среди причин подоб-

ного факта следует учитывать действие пандемии, в целом тенденция характеризуется высокой устойчивостью, если рассматривать динамику на протяжении 10 лет. По данным ЕМИСС, в 2020 году в России распалось 73% браков, для сравнения в 2018 и 2019 годах распалось 65% браков [3]. Нестабильность семейных отношений помимо прямого вреда демографической ситуации наносит ущерб системе воспитания детей и их адаптации к социальным требованиям и нормам.

Я.М. Рощина подтверждает превалирование демонстративных форм поведения и потребительских установок не только в сфере коммерческих интересов, но и относительно полезности межличностного взаимодействия среди молодых людей в возрасте 18–30 лет. С точки зрения эффективности потребления, согласно данным ее исследований, люди предпочитают информационные массивы провокативного плана, содержащие преимущественно негативную информацию, акцентирующую внимание на рациональности отказа от выполнения какой-либо деятельности или от следования установленным нормам и законам, также востребованы данные и факты магического и квазинаучного характера. С точки зрения этапов социализации молодежи отмечалось усиление сопротивляемости традиционным ценностям и устоям, акцентирование внимания на собственной уникальности и независимости от общих законов и закономерностей [4, с. 132]. Таким образом, современная молодежь в значительной мере ориентирована на удовлетворение личных потребностей и следование собственному жизненному пути.

В рамках рассмотрения дивергенции установок молодежи с позиции этнокультурного кода ряд исследователей опирается на интенсификацию упрощения традиций, а также на унификацию молодежного сообщества благодаря процессам глобализации. Еще Э. Тоффлер, рассматривая специфику развития супериндустриального общества, отмечал наличие тенденции трансформации культурных норм общества и размывание специфичности национальных установок, идеалов, как и национальной идентичности в целом [5, с. 111]. К указанным характеристикам превалирования виртуального пространства М. Кастельс добавлял параллельное существование двух информационных суперпозиций [2, с. 63]. Первая подразумевает интенсивное распространение и публичность реальных событий и фактов, что в положительном аспекте позволяет получать наиболее полные данные о каком-либо социальном факте. Вторая суперпозиция включает совокупность иллюзорных, вымышленных или сфальсифицированных мнений, фактов и реакций на них, которые могут быть обусловлены как случайным и импульсивным порывом автора, так и целенаправленным воздействием на аудиторию, в особенности активно реализующую свой потенциал через интернет. В связи с этим информирование молодежи о социальных явлениях и ценностных ориентирах в значительной мере происходит в условиях, с одной стороны, низкого уровня доверия к информационным источникам, с другой стороны — низкой критичности восприятия данных, используемых в дальнейшем не только в качестве аргументации собственной позиции, но как инструменты конструирования жизненной стратегии.

Таким образом, формирование у молодежи образа семьи и родительства сталкивается как минимум с двумя системами ценностей: обусловленными особенностями семейного воспитания и транслируемыми посредством виртуального информирования. Растущая роль глобализированного информа-

ционного пространства так или иначе оказывает воздействие на молодых людей, которые реализуют усвоенные установки в ежедневных практиках.

Проблемы семьи и родительства как наиболее комплексной стороны жизни людей также нашли широкое отражение в виртуальном информировании. С целью анализа качества социальных сообществ в интернете в области отражения образа семьи и родительства автором был проведен контент-анализ 389 сообществ в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Инстаграм), публикующих материалы текстово-графического характера (анализировались публикации с января по июнь 2021 года). В ходе отбора сообществ соотношение славянских и тюркских групп отбиралось в равных долях.

В социальных сетях различным аспектам семейных отношений посвящено значительное количество объединений. Рассматривая их как многоаспектное явление, учитывающее особенности построения межличностных отношений и воспитания детей, в социальных сетях данным проблемам посвящены от 500 тысяч (ВКонтакте) до миллиона (Facebook) сообществ. Заслуживающим внимания являются характер и целевая направленность данных объединений.

1. Сообщества, рассматривающие семью как социальную ценность, ориентированные на формирование исключительно положительного образа и содержащие лишь поверхностные аспекты проблематики феномена.

2. Объединения родителей либо группы, посвященные рождению и воспитанию детей. Данная категория объединений имеет четкое деление на конструктивные и деструктивные в плане формирования установок на создание семьи. Следует отметить, что при анализе 620 сообщений лишь 26% сообществ имели ярко выраженный негативный аспект. Однако анализ численности участников позволяет говорить о высокой доле востребованности подобных объединений (численность не менее тысячи человек).

3. Сообщества, нацеленные на обмен отзывами касательно негативных сторон семейной жизни, как правило, состоящие из отзывов (откровений) анонимных пользователей и возможности их комментировать участниками групп или сторонними пользователями.

4. Объединения, основанные на идеях церковного или этнического единства, содержащие в названии и содержании постов единую идеологическую составляющую. В случае конфессиональной основы используются ссылки на заповеди, в то время как национальные сообщества в большей мере ориентированы на исторические аспекты развития семьи и традиции.

5. Объединения, рассматривающие семью с точки зрения определенных научных знаний (психология семейных отношений, группы взаимной поддержки, объединения групповой психотерапии), либо авторские группы специалистов, позиционирующих себя в качестве семейных консультантов (психологическое сопровождение либо коучинг).

Следует отметить, что наиболее частотными в плане обновления контента и информационной насыщенности характеризуются сообщества третьей группы. Если в остальных группах обновление в среднем происходило 1–2 раза в сутки, в указанном сегменте новые посты публиковались 4–8 раз в день, что по степени информационного воздействия значительно превышает потенциал контента конструктивного характера. При этом женская аудитория (с учетом частичной возможности оценки демографического состава ввиду анонимности аккаунтов) негативных групп представляет подавляющее большин-

ство — в среднем 87,2%, в то время как в конструктивно направленных сообществах превалирование женщин несколько ниже — 72,9%.

В славянском контенте образ семьи в значительной мере сопряжен с ценностями православной веры. Семья позиционируется как средство укрепления позиций в социуме, а также как инструмент реализации «главной миссии человека», связанной с продолжением рода. Среди правил формирования семьи указываются такие принципы, как равноправие, взаимный интерес, наличие общих целей и ценностей, взаимное терпение и компромисс. При этом следует отметить, что качества, предлагаемые в качестве нормы для обоих родителей, во многом универсальны и, за некоторым исключением, предлагаются обоим супругам в равной степени (терпимость, принятие, любовь к детям, верность и пр.). В значительной мере заметен перевес внимания женскому образу в семье по сравнению с мужским. Проблемам отцовства и качеств отца уделено всего 11,7% сообщений, в то время как образ матери упоминается в 37,2% случаев. Информация касательно отцов предлагалась в достаточно абстрактной форме и касалась общего описания значимости его роли, в то время как для матерей указывались конкретизированные инструкции, советы и выдержки из прикладного опыта. В целом отец рассматривается как справедливый судья, источник материальных ресурсов семьи (добытчик) и защитник от предполагаемых внешних врагов (в статьях нет конкретного их описания). Мать позиционируется как образец жертвенности, самоотречения и служения семье, что обуславливается ее собственным осознанным выбором.

Внимание к образу отца характеризовалось достаточно низкой регулярностью. Наибольшее количество сообщений было опубликовано в феврале (что связано с тематическим праздником), в то время как в остальные месяцы подобного контента не было представлено. Обращение к женскому образу системно и не зависит от конкретного временного периода.

Дети в семье рассматриваются в большей степени в качестве продолжения идейной составляющей семьи: ретрансляции идей, установок и взглядов родителей. При этом система воспитания позиционируется в качестве комплекса усилий родителей на безвозмездной основе (обязательства детей в отношении родителей были отмечены лишь в 4,8% сообщений). В 19,1% сообщений касательно воспитания детей отмечается неотъемлемость страданий и самоограничения.

В турецких сообществах система воспитания детей также сопряжена с базовыми религиозными установками ислама. Отличительной особенностью данных групп является рассмотрение семьи как естественного социального опыта, который не может быть игнорирован. Вместо специальной миссии брак и рождение детей позиционируются как традиционный порядок вещей, абсолютизированный для каждого человека. При этом значительный перевес составляют сообщения позитивной направленности, но относительно невысокой информативности (использование цитат известных деятелей или выдержек из Корана с тематическими фотографиями счастливых родителей).

Роли отца и матери довольно жестко разделены. Соотношение сообщений касательно роли отца и матери представлено в практически равном соотношении, хотя в марте-месяце посты о женской роли встречались в 1,4 раза чаще. Образ отца рассматривается не только как источника материального благополучия, но и воспитателя в отношении детей, преимуще-

ственно мальчиков. Предлагаются инструкции в виде готовых установок (заповедей), которые описывают не только действия отца, но и образ мыслей, который он должен транслировать молодому поколению. Следует заметить, что в сообщениях, посвященных отцу, используются фотографии мужчин с сыновьями и лишь в 9,2% случаев — с дочерьми. Женская система воспитания рассматривается относительно детей обоих полов с небольшим превалированием особенностей воспитания девочки как будущей матери. Это обуславливает еще одну специфическую особенность тюркского подхода к воспитанию: дети рассматриваются как будущие родители, и подготовка к родительству позиционируется как необходимость с раннего возраста. Если в славянских сообществах мать выступает также в иных ролях (сотрудника компании, человека творческих профессий и пр.), то в данном случае роль матери считается для женщины естественной ввиду физиологических особенностей и вполне социально исчерпывающей (хотя не единственно возможной). В то же время обязательной функцией детей декларируется уважение и забота о родителях. Роли и задачам детей в тюркских сообществах уделено 19,3% сообщений, в то время как у славян их было не более 1%.

Ограничениям и самоотверженности в ходе реализации воспитательной функции в прямом контексте не уделяется внимания. Вместо данной группы установок применен прием «естественности обстоятельств». Вместо жертвенности применяются конкретные функции (отца или матери), вместо самоотверженности предлагается метод вклада в будущее благополучие, в котором предполагается возврат вложенных усилий посредством ответной заботы от взрослых детей.

Таким образом, исследование показало, что в рамках виртуального пространства фиксируются существенные различия в отображении семьи и родительства в разрезе славянского и тюркского подходов. Проблема воспитания и компромисса рассматривается в одном случае как особая миссия, в другом — как естественный ход вещей, не нуждающийся в специальной проработке.

Тем не менее официальной статистики с достаточным уровнем репрезентативности относительно эффективности подобного представления семейных ценностей не представлено. Косвенными фактами могут служить региональные различия в уровне рождаемости, объеме заключенных браков и разводов. Однако изменения в социальных привычках людей все больше касаются индивидуального успеха и личностных достижений, что постепенно разрушает традиционные представления о семье и браке. По этой причине детализация исследований методик и подходов к информированию о семье, браке и воспитании детей необходима для формирования сбалансированной информационной политики, нацеленной на объективный подход к ситуации, но с учетом социально-демографических целей государства.

Библиографический список

1. Грошева, И. А. Генезис взаимодействия государственного и общественного контроля в России / И. А. Грошева, И. Л. Грошев, Л. И. Грошева // Государство, общество, Церковь в истории России XX–XXI веков : материалы XV Международ. науч. конф. : в 2-х ч. — 2016. — С. 291–298.
2. Кастельс, М. Власть коммуникации / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич ; под науч. ред. А. И. Черных / М. Кастельс ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 с.

3. Росстат : количество разводов в России выросло почти в 4,5 раза // Портал Парламентская газета. — URL : <https://www.pnp.ru/economics/rosstat-kolichestvo-razvodov-v-rossii-vyroslo-pochti-v-45-raza.html> (дата обращения : 01.07.2021).
4. Рощина, Я. М. Социология потребления / Я. М. Рощина // Экономическая социология : журн. — Москва : ВШЭ, 2006. — № 5. — С. 129–157.
5. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер ; пер. с англ. — Москва : ООО «Изд-во АСТ», 2002. — 557 с.

Сведения об авторах

Грошева Любовь Игоревна, канд. социол. наук, доцент кафедры гуманитарных и общенаучных дисциплин, Тюменское высшее военно-инженерное командное училище им. маршала инженерных войск А.И. Прошлякова, г. Тюмень, Россия, malivia@rambler.ru

Грошев Игорь Львович, канд. социол. наук, доц., профессор кафедры гуманитарных и общенаучных дисциплин, Тюменское высшее военно-инженерное командное училище им. маршала инженерных войск А.И. Прошлякова, г. Тюмень, Россия, grosh@nextmail.ru

Грошева Ирина Александровна, канд. социол. наук, доцент, заведующий кафедрой теории и истории государства и права, гуманитарных и естественно-научных дисциплин, Филиал АНО ВО «Институт деловой карьеры» в Тюменской области, г. Тюмень, Россия, grosh@nextmail.ru

Grosheva Lyubov Igorevna, Candidate of Sociology, Associate Professor of the Department of Humanities and General Scientific Disciplines, Tyumen Higher Military Engineering Command School named after Marshal of Engineering Troops A.I. Proshlyakov, Tyumen, Russia, malivia@rambler.ru

Groshev Igor Lvovich, Candidate of Sociology, Professor of the Department of Humanities and General Scientific Disciplines, Tyumen Higher Military Engineering Command School named after Marshal of Engineering Troops A.I. Proshlyakov, Tyumen, Russia, grosh@nextmail.ru

Grosheva Irina Aleksandrovna, Candidate of Sociology, Associate Professor, Head of the Department of Theory and History of State and Law, Humanities and Natural Sciences, Branch of ANO HE “Institute of Business Career” in the Tyumen Region, Tyumen, Russia, grosh@nextmail.ru

УДК 37.013

*А.С. Пляхотко, Е.М. Акулич**A.S. Plyahotko, E.M. Akulich*

УКРЕПЛЕНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ СРЕДСТВАМИ ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ ПЕРВОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ РОССИИ

STRENGTHENING THE CIVIC IDENTITY OF THE YOUNGER GENERATION BY MEANS OF ELECTRONIC RESOURCES OF THE FIRST ELECTRONIC NATIONAL LIBRARY OF RUSSIA

Аннотация. В статье рассматриваются новые формы работы электронной библиотеки, направленные на социализацию и укрепление гражданской идентичности молодежи. Приводится опыт работы Президентской библиотеки имени Б.Н. Ельцина и ее филиала в Тюменской области.

Ключевые слова: электронная библиотека, библиореальность, гражданская социализация, культурные практики, региональная культурная среда.

Annotation. The article discusses new forms of work of the electronic library aimed at socialization and strengthening of the civic identity of young people. The article presents the experience of the Presidential Library named after B.N. Yeltsin and its branch in the Tyumen Region.

Keywords: electronic library, biblioreality, civic socialization, cultural practices, regional cultural environment.

В настоящее время библиотека остается наиболее демократичным в мире инструментом доступа к знаниям для всех граждан, независимо от возраста и социального статуса. Непрерывное развитие и совершенствование медиатехнологий как средств коммуникаций оказывают значительное влияние на расширение медиапространства, которое проникло во все сферы общественной жизни. Как справедливо отмечает И.М. Чубаров, «в последнее время интерес к изучению общегуманитарного значения медиа в российском обществе начал возрастать — во многом за счет развития мобильного интернета, активности социальных сетей, роста продаж новых мультимедийных устройств и т.д.» [4, с. 101]. Не явилась исключением и библиотека, которая стала использовать в своей работе широкий спектр носителей сообщений, воздействуя тем самым на читательскую активность. Процессы, происходящие в современном обществе, ставят библиотечных специалистов перед необходимостью постоянного поиска новых идей, форм, средств и методов работы. Таким образом, происходит формирование новой концепции развития библиотеки в новой библиореальности, опирающейся на философско-культурологическую методологию. Под новой библиореальностью нами понимаются новые масштабные социокультурные проекты, которые реализуют библиотеки, это современное общественно-культурное пространство и новые сервисы информационно-коммуникацион-

ных технологий, это новые функции и векторы развития, это изменение самого смысла жизни современной электронной библиотеки.

Электронная библиотека как библиотека нового типа — это современное культурно-просветительское учреждение новой библиореальности, которое в условиях региональной культурной среды выполняет функции центра цифровой культуры посредством внедрения передовых информационных и цифровых технологий, предоставляет новые социальные возможности и стандарты обслуживания в знаниях, традиционных ресурсах и электронном сервисе, культурном досуге, формирует культурные смыслы и отвечает информационно-коммуникационным запросам человека. Она возникает в условиях культурного развития общества, цифровой культуры, социального запроса общества на новые культурные практики, информационно-образовательные технологии, способные предоставить человеку возможность ощущать себя знающей, современной культурной личностью, активным участником единого информационного и цифрового пространства.

В сфере интересов библиотеки нового типа находится поиск новых форм работы, направленной на развитие личности подрастающего поколения, в частности, на гражданскую социализацию учащейся молодежи. Как отмечает Л.С. Жаркова, «в общем виде гражданскую социализацию можно охарактеризовать как процесс передачи и усвоения знаний и умений, необходимых для свободного и эффективного “функционирования” человека в обществе. Важно, чтобы человек не только знал свои права, надо, чтобы он умел их использовать на практике, вырабатывал “вкус” к активному и ответственному гражданскому участию в жизни своего региона и страны» [1, с. 37].

С.Б. Игнатов подчеркивает, что «отечественному образованию необходимо также динамично развиваться и следовать вызовам информационной эпохи для того, чтобы не застыть на месте. При этом необходимо научиться грамотно сочетать богатые традиции и новации. Устремляясь к повышению интеллектуального уровня обучающихся и насыщению их новой информацией, важно не забывать об обогащении души» [2, с. 11]. В деле формирования информационной грамотности как степени овладения подрастающим поколением навыками работы с информацией, способности грамотно ее анализировать сегодня становится крайне важным тесное взаимодействие системы образования и библиотеки нового типа.

Образовательная и просветительская деятельность Президентской библиотеки направлены на формирование гражданского общественного сознания, повышения в обществе интереса к отечественной истории, популяризацию деятельности институтов государственной власти, укрепление их связей с общественностью. Просветительские проекты учреждения ориентированы на использование мультимедиаформ, которые доступны через интернет для всех заинтересованных пользователей. Эти проекты основываются на ресурсах Президентской библиотеки и стимулируют пользователей обращаться к ее фондам. Кроме того, они ориентированы на активное взаимодействие с вузами и школами страны, реализацию совместных образовательных проектов. Активное участие в этой деятельности принимают региональные центры Президентской библиотеки, в том числе филиал в Тюменской области.

С 2011 г. Президентская библиотека проводит видеолекторий «Знание о России», тематика которого связана с юбилейными датами российской истории. Для участия в проекте приглашаются яркие и интересные лекторы, слушатели из числа студентов и школьников. Один из лекторов выступает в режиме видеоконференц-связи и представляет «региональный» взгляд на тот или иной воп-

рос. Также ряд аудиторий подключается удаленно и принимает участие в обсуждении лекций. Ведется прямая трансляция видеолектория в интернете, что позволяет существенно расширить число участников. После редакционной и технической обработки видеозаписи лекций поступают в электронный фонд Президентской библиотеки и размещаются на ее портале в свободном доступе.

Оценка эффективности деятельности культурных практик в условиях библиотеки нового типа достигается мониторингом посещаемости библиотечных сайтов, отзывами в интернете, количеством заведенных читательских билетов, проведенных экскурсий и занятий, индивидуальных посещений, анкетированием участников мероприятий. С 22 июня по 26 июля 2016 года филиалом Президентской библиотеки в Тюменской области на базе гимназии № 16 города Тюмени был проведен военный квест «Вперед, к победе!». В проекте приняли участие учащиеся 8–11 классов из Омутинского, Ишимского, Голышмановского районов, а также из Тюмени, Ишима и Заводоуковска — всего 237 человек. Основной целью данного проекта явилось формирование гражданской и нравственной позиции учащихся по отношению к Родине. В рамках данного мероприятия дети были поделены на команды по 5–6 человек, всего было проведено 11 квестов, в рамках которых детьми было пройдено 88 заданий. Учащиеся школ ознакомились с инфраструктурой Тюменской областной научной библиотеки и филиала Президентской библиотеки в Тюменской области. Задания для квеста разрабатывались на основе уникальных электронных ресурсов, представленных в фонде Президентской библиотеки. По итогам квеста был проведен опрос среди всех его участников. 99% оценили это мероприятия на «отлично», 96% отметили, что узнали новые сведения об истории войны, 94% выразили уверенное желание изучить историю Великой Отечественной войны, 98% хотели бы принять участие в новом квесте. Из этого следует, что Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина положительно влияет на формирование ценностных характеристик учащейся молодежи посредством своих уникальных социокультурных практик, в которых органично сочетаются теория и практика, дается возможность для учащихся непосредственного погружения в культурно-образовательную среду через интерактивные и ролевые формы.

Особое внимание филиалом Президентской библиотеки уделяется формированию гражданской идентичности учащихся. Так, сотрудниками Тюменского областного государственного института развития регионального образования был разработан комплекс методических рекомендаций «Формирование гражданской идентичности подрастающего поколения средствами электронных ресурсов Президентской библиотеки», в котором были представлены методики работы с архивными материалами и механизмами их «встраивания» в уроки и внеурочные занятия. В качестве практического примера был приведен опыт работы гимназии № 1 г. Тюмени и средних общеобразовательных школ города Заводоуковска. В данных рекомендациях отмечается, что в целях формирования российской гражданской идентичности необходимо создавать «ситуации, где ребенок находил бы благоприятные условия для раскрытия собственного “Я”, подлинного личностного самоопределения, нахождения и отстаивания собственных смыслов, мог бы осуществить пробу собственных сил и возможностей в авторской деятельности» [3, с. 37]. Авторами данной разработки также был выбран перечень коллекций, предлагаемый для использования в образовательной деятельности учителями социально-гуманитарного цикла, разработаны варианты групповых заданий для школьников. Педагоги гимназии активно включают в образовательный процесс родителей, вниманию которых также предлагаются ресурсы, представленные на интернет-портале Президентской библиоте-

ки. Мы полагаем, что привлечение широкого внимания родительской ответственности является немаловажным аспектом формирования культуры познавательной деятельности, поскольку семья является традиционно главным институтом воспитания, те знания и навыки, которые ребенок приобретает в семье, он сохраняет в течение всей последующей жизни.

Как отмечают специалисты, возможности, которые раскрывает перед образовательными учреждениями Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина, — «это решение практических задач обогащения информационного, иллюстративного содержания урока, подготовка к итоговой аттестации, удовлетворение индивидуальных познавательных интересов, новые возможности взаимодействия, сотрудничества детей и взрослых» [3, с. 38].

В канун памятной даты 27 января 2019 года, дня 75-летия полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады, в Президентской библиотеке стартовал цикл мультимедийных уроков, посвященных великому подвигу защитников города и его жителей. Во время уроков школьники Петербурга и Ленобласти познакомились с документами фонда по истории обороны и блокады Ленинграда, увидели фрагменты кинохроники 1941–1944 годов, услышали выступления свидетелей той эпохи. Использование мультимедийных технологий в библиотечных практиках делает процесс формирования гражданских и патриотических качеств у учащейся молодежи не только продуктивным, но и разнообразным, увлекательным и тем самым более интересным.

Таким образом, Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина становится важнейшим компонентом сохранения и развития региональной культурной среды. Накопленный первой национальной электронной библиотекой опыт укрепления гражданской идентичности становится применим к запросам человека в различных сферах жизни общества, совершенствуя процесс познания и адаптации в современном информационном обществе. Мы полагаем, что разработка школьных учебных программ с использованием электронных фондов Президентской библиотеки активно способствует формированию гражданской идентичности учащихся, а также положительно воздействует на духовное и нравственное развитие подрастающего поколения, соприкасающегося с таким ресурсом.

Библиографический список

1. Жаркова, Л. С. Методика организации работы библиотеки в сфере социально-культурной деятельности [Текст] : [науч.-практ. пособие] / Л. С. Жаркова. — Москва : Литера, 2009. — 110 с. — ISBN 978-5-91670-012-1
2. Игнатов, С. Б. Эколого-правовая компетентность учащейся молодежи : сущность, содержание, диагностика [Текст] : [монография] / С. Б. Игнатов ; Тюм. гос. нефтегаз. ун-т. — Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. — 135 с. : табл. ; 21 см. — ISBN 978-5-9961-0537-3
3. Формирование гражданской идентичности подрастающего поколения средствами электронных ресурсов Президентской библиотеки : метод. рекомендации / сост. : О. В. Ротблайт, Н. Г. Милованова и др. — Тюмень : ТОГИРРО, 2014. — 44 с.
4. Чубаров, И. М. Медиа, медианаука и философия медиа / И. М. Чубаров // Логос. — 2015. — Т. 25. — № 2 (104). — С. 92–105. — ISBN 978-5-93883-257-2

Сведения об авторах

Пляхотко Александр Сергеевич, преподаватель СПО, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, mr.plyahotko@mail.ru

Акулич Евгений Михайлович, д-р социол. наук, профессор, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, akulich.em@gmail.com

Plyahotko Alexander Sergeevich, Teacher of TVET, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, mr.plyahotko@mail.ru

Akulich Evgeniy Mikhailovich, Dr. of Sociology, Professor, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, akulich.em@gmail.com

УДК 7.05

*М.С. Яблоков, Н.А. Семешко**M.S.Yablokov, N.A.Semeshko***К ВОПРОСУ О МУЗЫКАЛЬНЫХ АРТЕФАКТАХ****ON THE QUESTION OF MUSICAL ARTIFACTS**

Аннотация. Статья поднимает актуальную проблему государственного уровня о предметах национального достояния, которые во многих случаях содержатся в частных коллекциях, поэтому к ним нет широкого доступа.

Ключевые слова: предметы национального достояния, артефакты, подлинник, набор перфоолент, архивные учреждения.

Annotation. the article raises the topical issue of the state level about the items of national heritage that in many cases are contained in private collections, thus being not widely available.

Keywords: items of national treasure, artifacts, original, set of punched tapes, archival institutions.

По сведениям артистов Тюменского симфонического оркестра, личная виолончель Мстислава Ростроповича (работы мастера Амати) была продана частному лицу, уроженцу Японии, за несколько миллионов долларов. Следует заметить, что в музыкальном мире вот уже не одно столетие четко отслеживаются движения и перемещения антикварных предметов — от инструментов до писем, автографов и т.п. вещей, связанных с именами выдающихся людей, отдельные артефакты зачастую оцениваются экспертами рекордными суммами. Так, в 1980-х гг. подлинник собственноручного письма Роберта Шумана стоил 24000 германских марок (8000 руб. по состоянию на 1988 г.) [10, с. 107]. Архив института Г. Гейне в Дюссельдорфе располагает 90 письмами Р. Шумана, 500 письмами Клары Шуман, в том числе и из переписки с И. Брамсом. Имеются также подлинные письма Мендельсона и Листа. Автографы Бетховена как предметы национального достояния содержатся в сейфах банка, где поддерживается искусственным образом постоянная температура и нет доступа солнечного света. Помимо тщательного хранения документов, имеющих непреходящую ценность, архивные учреждения занимаются издательской деятельностью. Так, в 1986 г. были изданы ограниченным тиражом такие исследования, как «Бетховен в 3 Рейхе», «Бетховен и будущие поколения» [10, с. 108]. Особой заботой отмечено отношение к старинным инструментам. Так, с 1968 г. в музее общества друзей музыки в Вене функционирует рояль, созданный выдающимся мастером Кондратом Графом и подаренный им пианистке Кларе Вик в день ее свадьбы с Робертом Шуманом [2, с. 22]. Указанный инструмент систематически используется для грамзаписи отдельных концертов из произведений Р. Шумана, что прида-

ет звучанию особый колорит. Во Франции в музее Парижской консерватории (основан в 1795) хранятся инструменты Шопена, Берлиоза, Форе, Паганини числом около 4000 ед., в том числе скрипки Амати, Гварнери, Страдивари, более 100 гитар [4, с. 36].

Редчайшие экспонаты имеются и в музее истории Риги — так называемая фонола, или приставка к роялю, позволяющая звучать инструменту без помощи пианиста [5, с. 28]. Наш город также может похвастаться подобными изделиями, представляющими сегодня образец забытого творчества западноевропейских мастеров. Так, в семье пианистов Валентины и Леонида Струковых находится «Циммерман» с механическим «приводом» и набором перфолент, обеспечивающих звучание инструмента без участия пианиста и воспроизводящих популярную музыку XIX — начала XX в.

Второй экземпляр этого редчайшего вида украшает фонды областного музейного объединения им. И.Я. Словцова. Оба инструмента нуждаются в реставрации. Следует заметить, что подобные изделия, равно как и их более упрощенные аналоги, с каждым годом только увеличивают свою рыночную стоимость. Хорошо известно, что в начале войны 1914–1918 гг. по России прокатилась война «расправ» с роялями и пианино немецкого производства по причине так называемого усиления патриотических чувств. В 1950–1960 гг. в Китае были уничтожены почти все рояли как символы «империалистического Запада» на волне борьбы за ценности новой культурной революции [9, с. 17].

Тюменский частный музей «Царская пристань» (ул. Госпаровская, 3) гордится тем, что в его фондах находится «алябьевский» рояль в концертном исполнении фирмы *Becker*. В 1960-х гг. он был привезен из Тобольска, и по легенде на нем занимался сам Александр Алябьев. Фонды областного музея в 1990-х гг. пополнились уникальным двухгрифным кленового дерева австрийской гитарной фирмы «CID»; в свое время, по свидетельству тюменского музыканта А.И. Маргина (1912–1975), эта гитара принадлежала гитарному педагогу самого В.И. Ленина-Ульянова (когда тот находился в Шушенском и изучал игру на инструменте по учебникам А.М. Афромеева) [6, с. 103].

Подлинным шоком для российских гитаристов стало известие о том, что гитара работы Шер (XIX в.), на которой более 30 лет играл выдающийся московский виртуоз С. Дорехов (1935–1998), полулегальным и при более чем странных обстоятельствах перешла в коллекцию американского бизнесмена и гитариста — любителя Матания Оффи (1931 г.р.). По преданию... инструмент ранее принадлежал гитаристу и композитору Н.И. Александрову (середина XIX в.), одному из лучших учеников знаменитого Андрея Сихры [6, с. 105].

Остается надеяться, что гитара Орехова в будущем зазвучит пусть даже в помещении частного музея, как это происходит с инструментом Паганини, на котором записывает свои диски современный российский виртуоз Артемий Дервояд. Следует обратить внимание на тот факт, что инструменты венского мастера Иоганна Горфрида Шерцера очень высоко ценятся в среде европейских и американских музыкантов. Так, составитель первого фундаментального словаря-энциклопедии Доминго Прат (1880–1944) следующим образом оттенил уникальность указанных инструментов: «Один ценный экземпляр гитары Шерцера сохранился в музее музыки в Вене... другой принадлежит Брюссельской консерватории под номе-

ром 3186 [7, с. 1034]. Отметим, что приведенная информация лишь отчасти касается одной из интереснейших страниц гитарной истории. Известно, что в 1856 в Брюсселе русским гитаристом Н.П. Макаровым (1810–1890) был организован Первый международный конкурс гитарных композиций и инструментов, где гитаре работы И. Шерцера была присуждена первая премия [8, с. 3].

Премированный инструмент от Н.П. Макарова вскоре перешел к коллекционеру Н.Л. Донскому (1890–1937), а затем за солидную сумму продан Томскому гитаристу А.М. Воздвиженскому в г. Томск, после смерти которого в 1930-х гг. был перевезен в Новосибирск, где следы его окончательно затерялись [9, с. 21]. Примечательно, что в указанном городе с 1984 по 2016 г. работал выпускник Тюменского колледжа искусств 1984 г. Ю.А. Зырянов, обладатель другого инструмента работы И. Шерцера, который был им приобретен в 1984–1985 г. за баснословную цену 2000 р. из коллекции московского гитариста А. Чехова [10, с. 107]. Нам известно местоположение следующей гитары знаменитого венского мастера. Это инструмент с «неродной» верхней декой в 2000-х гг. куплен екатеринбургским гитарным мастером Э.И. Соколовым у вдовы педагога ДМШ Г.В. Шведова (1931–2001), а в настоящее время гитара украшает фонды музея линейного казачества в г. Екатеринбурге.

Тюменский колледж является «держателем подлинников» двух работ известного московского мастера С.И. Москалева (1933–2012). Это 6- и 7-струнные инструменты кленовой работы, обладающие теплым и ровным звучанием, по удобству в игре не уступающие заграничным аналогам. К ряду уникальных архивных документов из фондов колледжа можно отнести собственноручно составленные документы Георгия Иоакимовича Тартакова (1901–?), сына знаменитого петербургского тенора И.В. Тартакова (1860–1923). Г.И. Тартаков в 1950-х гг. трудился в тюменской музыкальной школе и, вероятно был в числе организаторов в 1956 г. музыкального училища, т.к. его личное дело с массой деловой корреспонденции хранилось в канцелярских фондах отдела кадров. В указанном собрании есть личные документы и других знаменитостей, например, композитора, органиста и педагога-теоретика П.П. Золтса (1893–1987). Напомним, что две указанные личности, известность которых простирается далеко за пределы нашего региона, приехали в Тюмень «не по своей воле», будучи в свое время осуждены и лишены прав проживать в столичных городах. Кроме того, архив колледжа искусств располагает несколькими сотнями фотоснимков, часть из которых имеет культурно-историческую ценность.

Р.С. Есть сведения, что в частных коллекциях тюменских любителей искусства содержатся интересные фото и другие документы общемирового значения. О некоторых петербургских коллекциях, в частности, о сотнях писем Д.Д. Шостаковича, в свое время писала музыковед С. Хентова [10, с. 110]. Характерно, что в обоих случаях нет доступа к указанным артефактам, что является актуальной государственного уровня проблемой.

Библиографический список

1. Гуревич, Е. Строится музыкальный город / Е. Гуревич // Совет. музыка. — 1988. — № 5. — С. 126.
2. Звучит музейный экспонат // Музыкальная жизнь. — 1968. — № 2. — С. 22.
3. Историко-биографический словарь-справочник «Мастера классической гитары» / сост. М. С. Яблоков. — Тюмень : Вектор-Бук, 2001. — С. 600.

4. Классическая гитара в России и СССР // Музыкально-литературный слов.-справ. / сост. М. Яблоков. — Екатеринбург ; Тюмень : Русская энциклопедия, 1992. — С. 1957.
5. Классическая гитара в России и СССР // Музыкально-литературный слов.-справ. / сост. М. Яблоков. — Екатеринбург ; Тюмень : Русская энциклопедия, 1992. — С. 254–255.
6. Классическая гитара в России и СССР // Музыкально-литературный слов.-справ. / сост. М. Яблоков / Екатеринбург ; Тюмень : Русская энциклопедия, 1992. — С. 103–105.
7. Классическая гитара в России и СССР // Музыкально-литературный слов.-справ. / сост. М. Яблоков. — Екатеринбург ; Тюмень : Русская энциклопедия, 1992. — С. 1034.
8. Редкая коллекция музыкальных инструментов // Музыкальная жизнь. — 1968. — № 10. — С. 3.
9. Редкая коллекция музыкальных инструментов // Музыкальная жизнь. — 1968. — № 10. — С. 21.
10. Хентова, С. Музыка на берегах Рейна / С. Хентова // Совет. музыка. — 1988. — № 1. — С. 107–110.

Сведения об авторах

Яблоков Михаил Сергеевич, канд. ист. наук, колледж искусств Тюменского государственного института культуры, преподаватель по классу гитары, Тюмень, Россия.

Семешко Наталья Анатольевна, доцент, профессор кафедры вокального искусства Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия.

Yablokov Mikhail Sergeevich, Candidate of History, College of Arts, Tyumen State Institute of Culture, guitar teacher, Tyumen, Russia.

Semeshko Natalya Anatolyevna, Associate Professor, Professor of the Department of Vocal Art, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 378: 159.9

*Л.Ф. Балина, Н.А. Камиллери**L.F. Balina, N.A. Camilleri*

ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ У СТУДЕНТОВ ВУЗА КУЛЬТУРЫ В ПЕРИОД САМОИЗОЛЯЦИИ

PECULIARITIES OF EMOTIONAL STATES AMONG STUDENTS OF THE UNIVERSITY OF CULTURE DURING THE PERIOD OF SELF-ISOLATION

Аннотация. В статье приводятся данные исследований психологических реакций человека, его эмоциональных состояний, вызванных ухудшением эпидемиологической ситуации во всем мире, вызванной пандемией COVID-19. На первом плане исследований — влияние социальных ограничений, карантинных мероприятий и ситуации, вызванной распространением коронавируса COVID-19, на психоэмоциональное состояние студенческой аудитории.

Ключевые слова: психоэмоциональное состояние человека, пандемия, карантинные мероприятия, самоизоляция.

Annotation. The article presents the data from studies of a person's psychological reactions, his emotional states caused by the worsening epidemiological situation around the world due to the COVID-19 pandemic. In the foreground of the research is the impact of social restrictions, quarantine measures and the situation caused by the spread of the coronavirus COVID-19 on the psycho-emotional state of the student audience.

Keywords: psycho-emotional state of a person, pandemic, quarantine measures, self-isolation.

Цель данного исследования состояла в выявлении особенностей эмоциональных состояний у студентов в условиях самоизоляции.

В соответствии с целью были поставлены следующие задачи:

1. Определить влияние вынужденной самоизоляции на психоэмоциональное состояние студентов (беспокойство, страх, депрессия).
2. Выявить зависимость проявлений эмоциональных состояний студентов в период распространения коронавирусной инфекции и медико-социальных мер сдерживания пандемии.

Гипотетически мы предположили, что у студентов в условиях самоизоляции возникают такие эмоциональные состояния, как беспокойство, страх и депрессия, что обусловлено противоречивыми, нагнетающими страх сообщениями СМИ, усугубляющими недостаток знаний о новом вирусе, высокой скоростью его передачи, серьезной угрозой безопасности жизни, отсутствием вакцины на первом этапе и страха вакцинации в последующем,

а также озабоченностью здоровьем родных и близких и потенциальной возможностью заболеть COVID-19.

Исследование проходило в несколько этапов.

Этап первый. Собрать необходимые данные об эмоциональном состоянии студентов, появлении беспокойства и страха, снижении стрессоустойчивости в сложившейся ситуации.

Этап второй. Описать полученные данные.

Этап третий. Интерпретировать данные в соответствии с выдвигаемыми гипотезами. Выводы позволяют подтвердить или опровергнуть гипотезы о связи между психоэмоциональными состояниями студентов, социальной изоляцией и волновым характером протекания пандемии соответственно изменением наличествующего/отсутствующего ресурсирования для сохранения/стабилизации психоэмоциональных реакций.

Эмпирические данные были получены с помощью платформы Google-формы.

Ссылка на опрос, проводимый в рамках данной исследовательской работы: <https://docs.google.com/forms/d/1qUMkTK5D0K5D7aQef5X1S2MQh9ubEEsQ0He6ILjGY2Q/edit?usp=sharing>

Описание процедуры

1. Время, место, условия проведения опроса: декабрь 2020 г., в интернете. Респонденты получали доступ к процедуре опроса посредством перехода по интернет-ссылке.

2. Характеристика выборки: состав выборки в их объективном и субъективном отношении к COVID-19 составили студенты очной и заочной форм обучения ФГБОУ ВО «Тюменский государственный институт культуры» по направлениям подготовки отрасли «Культура и искусство», обучающиеся по программе дополнительной профессиональной переподготовки «Практический психолог» ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет». Всего в обследовании приняли участие 42 человека обоих полов.

3. Ход работы.

Воспользовавшемуся ссылкой респонденту предлагалось прочитать инструкцию и пройти опрос, состоявший из заполнения данных о себе (пол, возраст, образование, субъективная оценка своего эмоционального состояния на момент прохождения исследования).

4. Инструкции приведены ниже.

Приглашение принять участие в исследовании и пройти опрос.

Уважаемые студенты! Приглашаем вас принять участие в исследовании, которое проводится в рамках профессиональной переподготовки по программе «Практический психолог» (ТюмГУ). Цель исследования — выявить типичные проявления эмоциональных состояний у студентов в условиях самоизоляции. Исследование анонимное. Все ответы будут использованы исключительно в научных целях в обобщенном виде.

Для определения уровня тревожности в связи с пандемией COVID-19 респонденты отвечали на 20 утверждений по шкале скрининга страха COVID-19 [36]. Инструкция. 20 вопросов. 5 минут. Выбирайте один из вариантов ответов.

Затем респондентам предлагалось оценить свое эмоциональное состояние по методике диагностики типа эмоциональной реакции на воздействие стимулов окружающей среды В.В. Бойко [8].

Методика диагностики типа эмоциональной реакции на воздействие стимулов окружающей среды, предложенная Виктором Бойко, позволяет оп-

ределить доминирующий тип эмоциональной реакции человека, способы преобразования внутренних и внешних воздействий в положительную, нейтральную или отрицательную энергию состояний и поведенческих актов.

Инструкция. 39 вопросов. 8 минут. Выбирайте подходящий вариант ответа.

Далее респонденты проводили самооценку депрессии по шкале Цунга [35]. Методика предназначена для дифференциальной диагностики депрессивных состояний и состояний, близких к депрессии. Инструкция. 20 вопросов. 2 минут. Выбирайте подходящий вариант ответа.

В завершении опроса для дифференциальной диагностики наиболее остро ощущаемых эмоциональных состояний в разные периоды пандемии COVID-19 респондентам было предложено ответить на ряд качественно значимых вопросов об эмоциональном восприятии пандемии COVID-19. В условиях эпидемии люди сталкиваются со множеством переживаний. Многим тяжело осознавать, что нет путей быстро исправить ситуацию, вернуться к привычному укладу жизни [22].

Инструкция. 15 вопросов. 2 минуты. Выбирайте подходящий вариант ответа.

5. Методика.

Обследование проводилось в интернете посредством сервиса Google-формы.

Анонимный анкетный опрос студентов. По характеру вопросы подразделялись: открытые, которые предлагали респонденту дать письменный ответ в произвольной форме; закрытые вопросы, позволяющие респонденту выбрать из нескольких сформулированных исследователем вариантов ответа; полузакрытые вопросы содержали наряду с набором предлагаемых ответов так называемую открытую часть, в которой респондент может дать свой ответ, если ни один из предложенных его не устраивает. Опросник включал следующие компоненты: обращение к респонденту, сообщение об организации, проводящей опрос; сообщение о целях исследования; инструкция о заполнении [13].

Для исследования были использованы следующие методики:

- шкала скрининга страха COVID-19;
- методика диагностики типа эмоциональной реакции на воздействие стимулов окружающей среды В. В. Бойко;
- дифференциальная диагностика депрессивных состояний Цунге.

Составлен интегративный опросник с целью уточнения динамики эмоционального состояния студентов и пика эмоционального переживания в условиях пандемии на основе проведенных исследований отечественными авторами, а именно трехфакторного опросника «Восприятие пандемии COVID-19» и выводов ВОЗ о психическом здоровье и психосоциальных соображениях во время вспышки COVID-19.

6. Способы и средства фиксации данных.

Все данные о прохождении обследования фиксировались онлайн на «облачном диске» с последующим преобразованием данных в формате Microsoft Excel.

В результате процедуры были опрошены 42 человека. В начале опроса предлагалось заполнить данные о себе.

По критерию пола респонденты поделились следующим образом: 38 женщин (90,5%), 4 мужчины (9,5%).

По возрасту: 18–30 лет — 26 человек, 31–40 лет — 13 человек, 41–51 — 3 человека.

По форме обучения: очная — 30 человек (71,4%), заочная — 12 человек (28,6%).

По уровню получаемого образования: высшее образование (бакалавриат) — 30 (71,4%), высшее образование (магистратура) — 3 (7,1%), повышение квалификации, профессиональная переподготовка — 9 (21,4%).

По направлению подготовки: социально-культурная деятельность — 22 человека, практический психолог — 9 человек, туризм — 4 человека, народная художественная культура (режиссура любительских театров) — 2 человека, графика — 2 человека, архитектура — 1 человек, дизайн — 1 человек, декоративно-прикладное искусство — 1 человек.

По курсу обучения: 1 курс — 14, 2 курс — 10, 3 курс — 14, 4 курс — 4.

Таким образом, основную часть опрошенных составили студенты возрастного диапазона от 18 до 30 лет (61,9%), очной формы обучения (71,4%), по уровню получаемого образования — высшее образование (бакалавриат) (71,4%), по направлению подготовки в соответствии с отраслью «культура» — социально-культурная деятельность, туризм (61,9%), первых-третьих курсов (90,47%), что соответствует заявленной в теме исследуемой группе и выборке.

Перейдем к содержательной интерпретации полученных данных.

Наибольший интерес в контексте данного исследования представляет шкала скрининга страха COVID-19. Шкала составлена из 20 утверждений.

Переходя к результатам, полученным на вопросы по Шкале скрининга страха COVID-19, отметим, что интерпретация ответов проводится суммированием баллов. А именно:

☑ 0–15 баллов — норма (отсутствие достоверно выраженных симптомов тревоги);

☑ 15–35 баллов — субклинически выраженная тревога (рекомендованы методики релаксации и саморегуляции, дыхательные гимнастики, консультация психолога);

☑ 35 и выше — клинически выраженная тревога (рекомендована консультация психиатра (психотерапевта) для подбора поддерживающей медикаментозной терапии или(и) психотерапии) [36].

Суммарные значения ответов респондентов по шкале скрининга страха COVID-19 можно представить следующим образом:

утверждение	Варианты ответов			
	3	2	1	0
ВСЕГО:	20	95	259	464
Суммарное значение:	838			

Исходя из количества опрошенных (42 чел.) и среднеарифметического значения, равного 19,9, мы можем констатировать, что уровень тревожности в связи с пандемией COVID-19 у студентов преимущественно характеризуется как субклинически выраженная тревога, для которой в незначительной степени характерно отсутствие выраженных симптомов тревоги. Состояния клинически выраженной тревоги не выявлено.

Далее опрос проводился по методике диагностики типа эмоциональной реакции на воздействие стимулов окружающей среды, предложенной Виктором Бойко. Данная методика позволяет определить доминирующий тип эмоциональной реакции человека, способа преобразования внутренних и внешних воздействий в положительную, нейтральную или отрицательную энергию состояний и поведенческих актов [8].

Следует пояснить, что выбор самых больших чисел нами был сделан на основании процентного соотношения полученных результатов ответов респондентов 50% и более. Данная методика нас интересует как обобщенная оценка доминирующего типа эмоционального состояния студентов на воздействие стимулов окружающей среды в условиях пандемии COVID-19.

Если исходить из теоретических оснований методики Бойко, что самые большие числа первой колонки говорят о доминировании эйфорической преобразовательной формулы, воздействующие факторы, как правило, перерабатываются в положительную энергию, что ведет к порождению положительных состояний. Большее количество ответов второй колонки свидетельствует о снижении положительного фактора и эмоциональных состояний человека в виде неприятного осадка, размышлений, беспокойства.

В дисфорическом состоянии положительные и отрицательные стимулы сводятся к негативным переживаниям, и в основе эмоциональной составляющей — негативные стимулы.

Соответственно пассивное реагирование — это склонность реагировать на внешние обстоятельства, не придавая им особого значения, с одной стороны, с другой — это может восприниматься как отстраненность, безразличие к происходящему.

Стимулы	Формулы преобразования энергии			
	Эйфорическая активность вовне	Рефрактерная активность вовнутрь	Дисфорическая активность вовне	Пассивное реагирование
Негативные	6	1	0	0
Амбивалентные	3	2	1	2
Позитивные	4	3	0	0
Всего	13	6	1	2

Таким образом, исходя из полученных результатов мы можем сделать следующий вывод, что:

- дисфорическая активность вовне, как и пассивное реагирование, не являются характерными в студенческой среде в данной системе координат;
- рефрактерная активность вовне также не является ведущей для группы обследуемых.

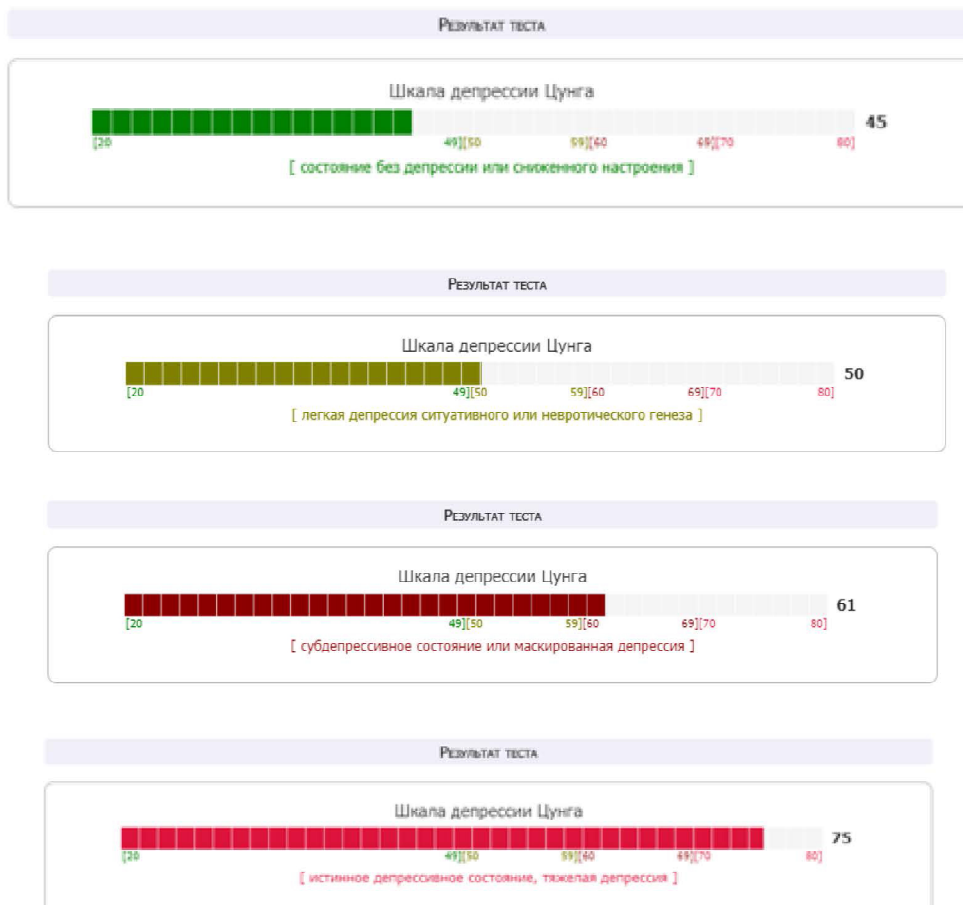
У испытуемых преобладает эйфорический тип реагирования на внешние стимулы и свойственны студентам исследуемой группы (показатель 13).

Далее приведем результаты опроса дифференциальной диагностики депрессивных состояний и состояний, близких к депрессии, по методике Цунга. Данная методика нас также интересует как обобщенная оценка доминирующего типа эмоционального состояния студентов на фоне воздействия стимулов окружающей среды в условиях карантинных мероприятий во время распространения коронавирусной инфекции.

Субъективная оценка симптомов депрессии подразумевает частоту ответов из предлагаемых: «крайне редко», «редко», «часто», «большую часть времени» или «постоянно».

Пункты 1, 3, 4, 7, 10, 13, 15, и 19 оцениваются от 1 до 4 баллов в прямой последовательности (блок вопросов А). Соответственно пп. 5, 6, 11, 12, 16, 17, 18 и 20 (блок вопросов Б) — от 4 до 1 балла. В традиционном анализе при интерпретации данных вносят поправку на удельный вес каждого из используемых в шкале симптомов, выражаемую специальным коэффици-

ентом (SDS Сумма баллов, полученная при заполнении больным шкалы). Последний рассчитывается как десятичная дробь. Возможный суммарный показатель — от 20 до 80 баллов [35]. Варианты диагностики:



Однако нас данная методика также интересует как обобщенная оценка степени депрессивного состояния студентов на фоне воздействия стимулов окружающей среды в условиях карантинных мероприятий во время распространения коронавирусной инфекции.

Средние показатели на одного опрошенного:

Итог по блоку А	128	216	201	44
Итог по блоку Б	268	378	328	135
ВСЕГО:	396	594	529	179
Суммарное значение:	1698			

Исходя из средних значений, коэффициент составит 2,47%:

$$X = \frac{42 \times 100}{1698} = 2,47$$

При преобразовании процентов в число мы получаем 24,7 балла.

В результате получаем УД, который колеблется от 20 до 49 баллов. Соответственно, общее состояние студентов, вошедших в исследуемую группу, диагностируется как состояние без депрессии или сниженного настроения.

По нашему мнению, интерес также представляет опрос, направленный на выявление эмоциональных состояний студентов с точки зрения временного развертывания пандемии COVID-19. Методика предназначена для диагностики наиболее остро ощущаемых эмоциональных состояний в разные периоды пандемии COVID-19.

1 блок вопросов.

На первый вопрос «До какой степени существующая пандемия COVID-19 наиболее остро влияет (влияла) на вашу жизнь?» ответы респондентов распределились следующим образом: 1 волна — 88,1%, 2 волна — 4,8% текущий момент — 7,1%.

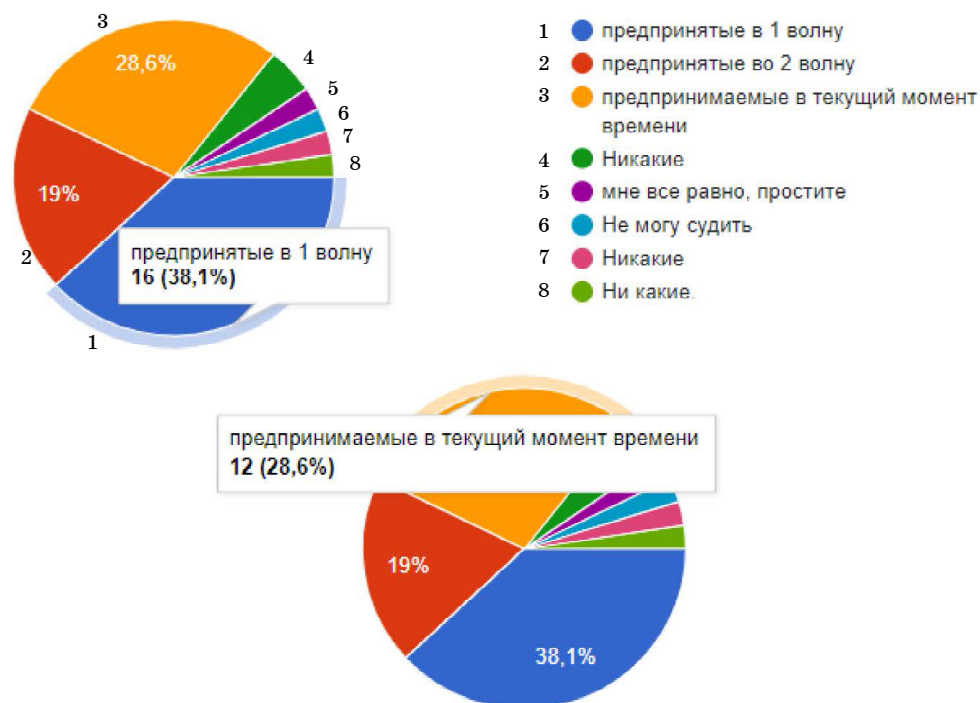
На второй вопрос «До какой степени наличие пандемии COVID-19 наиболее остро влияет (влияла) на ваши эмоции?»: 1 волна — 81%, 2 волна — 11,9% текущий момент — 7,1%.

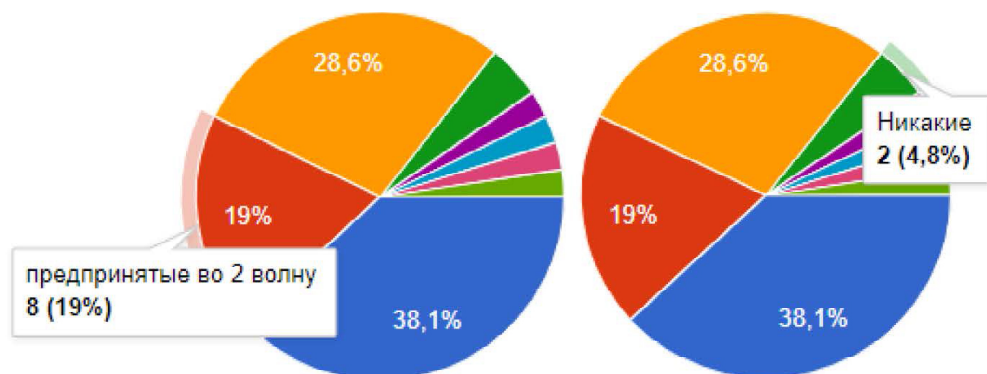
Третий вопрос «До какой степени вы наиболее обеспокоены распространением COVID-19?»: 1 волна — 71,4%, 2 волна — 7,1% текущий момент — 21,4%.

От 71,4% до 88,1% респондентов отвечают, что испытывали наибольшее эмоциональное потрясение в первую волну пандемии и самоизоляции, во время второй волны данные показатели существенно снижаются, однако обеспокоенность начинает нарастать с момента начала вакцинации в текущий момент ситуации.

Второй блок вопросов, связанный с предпринимаемыми мерами и возможностью контролировать распространение COVID-19, показал, что, по мнению респондентов, наиболее адекватными были меры, предпринятые в первую волну и, несмотря на обеспокоенность началом вакцинации, в настоящее время.

Четвертый вопрос «По вашему мнению, до какой степени предпринятые меры помогают бороться с пандемией COVID-19?» (42 ответа):





Пятый вопрос «По вашему мнению, в какой степени вы имеете возможность контролировать распространение пандемии COVID-19?»:

52,4% считают, что контролировать распространение пандемии собственными силами возможно лишь в некоторой степени, 26,2% — совсем нет, 16,7% считают, что контролировать распространение пандемии собственными силами возможно в значительной степени и 4,8% — совсем нет.

При этом симптоматику коронавируса периодически ощущают у себя (6 вопрос) 71,4%, не ощущают — 28,6%. На наш взгляд, это говорит о наличии эмоционального состояния обеспокоенности, тревожности и страха нередко в латентной форме.

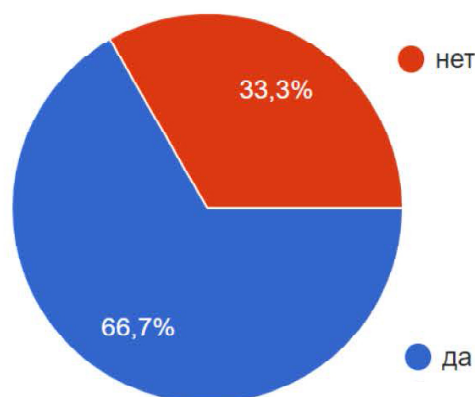
7 вопрос связан с пониманием респондентов о том, что COVID-19:

71,4% ответили, что в значительной степени имеют представление о коронавирусе, 26,2% — лишь в некоторой степени, 2,4% — нет.

8 вопрос был связан с декларируемым отношением к COVID-19:

33,3% ответили, что что коронавирус очень опасен, 38,1% затруднились ответить на данный вопрос, 23,8% считают, что степень опасности коронавируса сильно преувеличена, 4,8% связывают опасность в зависимости от состояния иммунитета.

Следует предположить, что в определенной степени на ответы второго блока повлияло наличие родственников, перенесших COVID-19 (42 ответа).



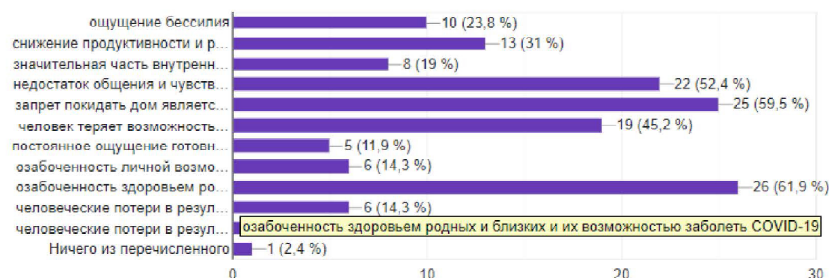
4 блок представлен вопросами, связанными с факторами, способствующими широкому распространению эмоциональной нестабильности, связанной с COVID-19 в условиях самоизоляции (10–12 вопросы).

Наиболее значимыми респонденты назвали:
первой волны пандемии:

1 — озабоченность личной возможностью заболеть COVID-19 — 61,9%.

Перечислите не более трех-четырех факторов, способствующих широкому распространению эмоциональной нестабильности, связанной с COVID-19 в условиях самоизоляции первой волны пандемии:

42 ответа



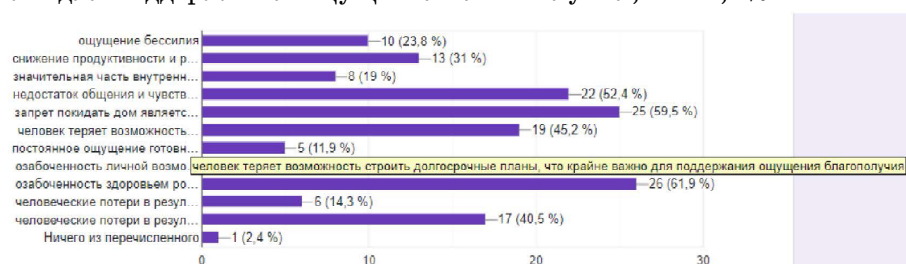
2 — запрет покидать дом является очень существенным ограничением и расценивается как покушение на свободу, вызывая протестные настроения — 59,5%.



3 — недостаток общения и чувство одиночества в результате вынужденной изоляции — 52,4%.



4 — человек теряет возможность строить долгосрочные планы, что крайне важно для поддержания ощущения благополучия, — 45,2%.

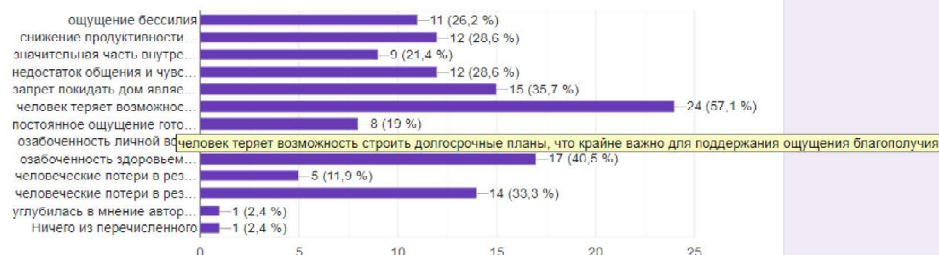


второй волны пандемии:

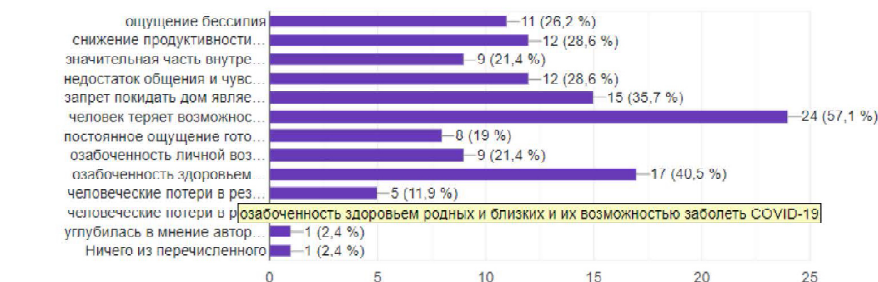
1 — человек теряет возможность строить долгосрочные планы, что крайне важно для поддержания ощущения благополучия, — 57,1%.

Перечислите не более трех-четырех факторов, способствующих широкому распространению эмоциональной нестабильности, связанной с COVID-19 в условиях второй волны пандемии:

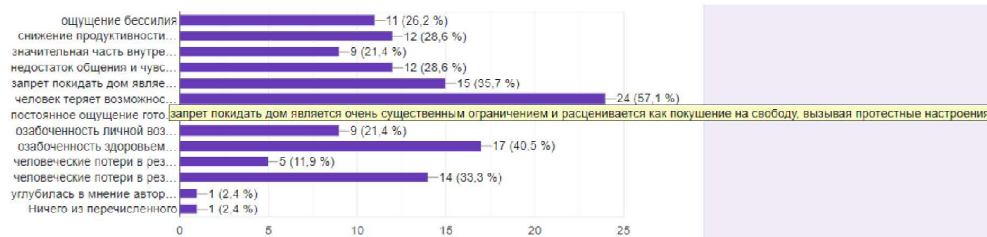
42 ответа



2 — озабоченность здоровьем родных и близких и их возможностью заболеть COVID-19 — 40,5%.



3 — запрет покидать дом является очень существенным ограничением и расценивается как покушение на свободу, вызывая протестные настроения — 35,7%.



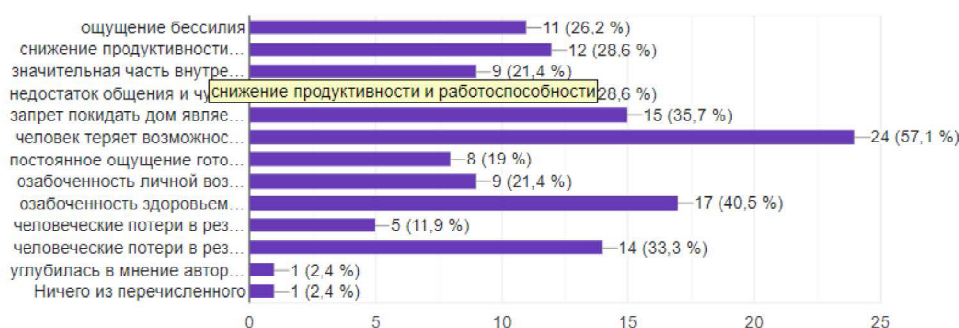
4 — человеческие потери в результате пандемии среди родных, близких и знакомых — 33,3%.



5 — недостаток общения и чувство одиночества в результате вынужденной изоляции — 28,6%.



6 — снижение продуктивности и работоспособности — 28,6%.



в условиях текущего времени пандемии:

1 — озабоченность здоровьем родных, отсутствие социальных гарантий со стороны государства — 4,8%.

Остальные факторы распределились по 1 ответу.

Таким образом, фактор озабоченности личной возможностью заболеть COVID-19 — 61,9% в условиях первой волны — замещается озабоченностью здоровьем родных и близких и их возможностью заболеть COVID-19 — 40,5% в условиях второй волны.

Запрет покидать дом является очень существенным ограничением и рассценивается как покушение на свободу, вызывая протестные настроения, — 59,5% в первую волну, во вторую волну снижается до 35,7%.

Такой фактор, как недостаток общения и чувство одиночества в результате вынужденной изоляции, — 52,4% первой волны — не является важным в условиях второй волны, на текущий момент составляет 28,6%.

Фактор потери возможности строить долгосрочные планы, что крайне важно для поддержания ощущения благополучия, к моменту второй волны увеличивается с 45,2% до 57,1%.

В условиях текущего момента разворачивания пандемии отмечается снижение продуктивности и работоспособности до 28,6%, что, по нашему мнению, демонстрирует усиление эмоциональной нестабильности студенческой аудитории.

5 блок вопросов связан с прогностическими параметрами (13–15 вопросы). Опрашиваемых попросили отметить 2–3 основных прогностических параметра, способствующих ухудшению эмоционального состояния.

Какое-либо заметное различие выявлено только в двух категориях:

- недостаток знаний о новом вирусе, высокая скорость его передачи, серьезная угроза безопасности жизни и отсутствие вакцины в первую волну с 47,6% снижается до 28,6% с появлением возможности сделать прививку;
- острая нехватка средств защиты (даже у медиков), ресурсов тестирования и лечения к моменту второй волны и некоторой стабилизации ситуации снижается с 40,5% до 28,6%.

Однозначно негативным показателем, оказывающим влияние на эмоциональное состояние студенческой группы, являются противоречивые, нагнетающие страх сообщения СМИ, причем данный показатель увеличился с 71,4% до 76,2%.

В условиях текущего времени явных прогностических параметров, способствующих ухудшению эмоционального состояния, респонденты не назвали.

В соответствии с результатами опроса, полученными по методике Бойко, у испытуемых преобладает эйфорический тип реагирования на внешние стимулы в условиях карантинных мероприятий во время пандемии COVID-19. Следует отметить, что у студентов энергетика положительных, нейтральных или негативных воздействий преобразуется в позитивные психические состояния. Характерно отношение к мелким неприятностям с юмором, переключение на другой вид деятельности, стремление к поиску новых впечатлений, взвешенная рисковость, готовность оказать помощь и поддержку партнерам, в определенной степени открытость положительных эмоций, способность во многих вещах видеть приятное, немотивированная отходчивость, когда неприятные впечатления развеиваются быстро и сами собой и т.д.

Результаты опроса по методике Цунга (дифференциальной диагностики депрессивных состояний и состояний, близких к депрессии) показали, что общее состояние студентов, вошедших в исследуемую группу, диагностируется как состояние без депрессии или сниженного настроения. Однако, если соотносить полученные данные с выводами опросника «Восприятие пандемии COVID-19 в условиях первой—второй волны и текущего времени» и шкалы скрининга страха COVID-19 (уровень тревожности у студентов преимущественно характеризуется как субклинически выраженная тревога), то данное благополучие оказывается мнимым. Да, явных депрессивных состояний не выявляется, однако чувства встревоженности, беспокойства, страха явно прослеживаются. В данном контексте, видимо, следует в большей степени говорить о значении профилактических мер проявления симптомов депрессии, которые с течением времени и затягиванием развертывания пандемии, появлением новых штаммов и поражения им людей более молодого возраста, неминуемой волной осложнений после перенесенного заболевания, скорее всего, будут усиливаться.

Результаты сравнительного анализа ответов опрошенных во время распространения коронавируса позволили сделать вывод о том, что респонденты переоценили ситуацию с пандемией, но не стали относиться к этому явлению более настороженно и серьезно.

Выявлено, что наибольшее количество испытуемых испытывали наивысшее эмоциональное напряжение в начале пандемии, затем наступает время «мнимого благополучия» при существующей угрозе (больше информации, привыкание как ложный адаптогенный ресурс, снижение критичности восприятия действительности и т.п.). Это то, что было и запомнилось в пережи-

вании, но эмоциональный окрас снизился, в отличие от текущего момента пандемии, с учетом полученного и пережитого опыта. Информирование людей о ситуации развития пандемии в нашей стране и в мире целом СМИ, нестабильная статистика заболевания коронавирусом COVID-19 — показатели, усугубляющие эмоциональный отклик студенческой аудитории. Правительственные структуры и компетентные органы постоянно напоминают о необходимости соблюдения санитарно-гигиенических мер и усиления мер по профилактике и борьбе с пандемией коронавируса. Из экономических показателей — растущая финансовая нестабильность, потеря возможности строить долгосрочные планы, что крайне важно для поддержания ощущения благополучия, только усиливаются. Из социальных — озабоченность личной возможностью заболеть COVID-19, здоровьем родных и близких; запрет покидать дом является очень существенным ограничением и расценивается как покушение на свободу, вызывая протестные настроения.

Такой фактор, как недостаток общения и чувство одиночества в условиях рекомендуемых карантинных мероприятий, в настоящее время более не является важным.

Таким образом, в условиях текущего момента разворачивания пандемии отмечается снижение продуктивности и работоспособности, что, по нашему мнению, демонстрирует усиление эмоциональной нестабильности студенческой аудитории.

Сложившаяся за последние месяцы ситуация влияет на психическое и психоэмоциональное состояние людей — появление чувства тревожности, снижение стрессоустойчивости к сложившейся ситуации, что усугубляет сложившуюся картину протекания пандемии, которая и так влияет на ухудшение физического и психического состояния и здоровья людей.

В рамках данного исследования осуществлена попытка понять, как пандемия коронавируса COVID-19 отражается на самоощущении студенческой группы своего эмоционального состояния.

Обобщены результаты некоторых современных исследований по вопросам психоэмоциональных переживаний COVID-19, в частности, в молодежной среде. Эмпирическим путем мы попытались проверить, действительно ли актуальное пандемическое состояние общества продуцирует изменение психоэмоциональных реакций человека, как пандемический фон сказывается на эмоциональном состоянии студентов.

С момента начала пандемии наиболее влиятельным нововведением стали меры социальной изоляции весной 2020 г. Все субъекты образовательных организаций перешли на дистанционное обучение.

Введенный режим социальной изоляции из-за угрозы распространения COVID-19 является феноменом современности, выбивающим современного человека из привычного для него естественного хода жизни. Нестабильность, неопределенность, угроза нормальному существованию, психологическая неготовность людей к сложившейся в обществе ситуации влияют на особенности восприятия и переживания страхов.

В основе специфических переживаний молодежи в ситуации вынужденной самоизоляции — напряжение, тревога и страх, потеря ориентиров и планов на будущее, которые могут впоследствии привести к острой реакции на стресс, другим эмоциональным расстройствам.

Результаты исследования в целом выявили широкий спектр эмоциональных реакций у современных студентов: отсутствие общения — особенно в

период первой волны; увеличение объема работы за компьютером; отмена планов на отпуск; финансовые потери; физическая и моральная усталость от изоляции; эмоциональные проблемы (чувства тревоги, страха, напряжения и т.д.); постоянные переживания за близких; переход на дистанционный формат работы и обучения.

Выраженность показателей актуального эмоционального состояния и ситуативной тревожности студентов в условиях распространения коронавируса COVID-19 в целом можно охарактеризовать следующим образом:

— у испытуемых преобладает эйфорический тип реагирования на внешние стимулы;

— диагностируется как состояние без депрессии или сниженного настроения;

— отмечается субклинически выраженная тревога и с течением времени усиление эмоциональной нестабильности студенческой аудитории.

Следует также отметить, что результаты исследований по регионам, этнокультурной составляющей могут существенно варьировать, и то, что характерно для китайского Уханя, не имеет ярких психоэмоциональных проявлений на территории Российской Федерации. В свою очередь, проявления психоэмоциональных всплесков в центральной части России весьма могут различаться с проявлениями эмоциональных показателей на периферии. Однако в целом психоэмоциональное состояние общества можно охарактеризовать как близкое к критическому с проявлениями тревожности, стресса, страха, беспокойства и депрессивных симптомов.

В целом полученные результаты говорят о том, что студенты проявляют желание вернуться к привычному образу жизни, они устали от ситуации, связанной с распространением коронавируса. Новости о распространении коронавируса и о мерах, препятствующих этому процессу, хотя и остаются одними из самых существенных травмирующих психоэмоциональных факторов, но по-прежнему остаются для них актуальными.

Библиографический список

1. Бедрединова, С. В. Профилактика и коррекция страхов : учеб. пособие для вузов / С. В. Бедрединова, А. И. Тащева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 180 с. — (Высшее образование). — URL : <https://urait.ru/viewer/profilaktika-i-korrekcija-strahov-471553#page/2>
2. Бутузова, Ю. А. Психологическая сущность эмоционального состояния личности / Ю. А. Бутузова // Омский науч. вестник. Психологические и педагогические науки. — 2011. — № 5 (101). — С. 173–175.
3. Верецкая, А. И. Преподаватели и студенты Воронежского университета о дистанционном обучении в условиях антивирусной самоизоляции / А. И. Верецкая, А. А. Квасова, А. И. Стеценко // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия: Проблемы высшего образования. — 2020. — № 4. — С. 28–31. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Влияние COVID-19 и изоляции на психическое здоровье детей и подростков : повествовательный обзор с рекомендациями / Света Сингх, Деблина Рой, Криттика Синха, Шиба Парвин, Джинни Шарма, Гунджан Джоши / Psychiatry Res. — 2020. — 24 авг. — URL : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7444649/?report=classic>
5. Горбатова, М. М. Система представлений студенческой молодежи о социальных аспектах COVID-19 / М. М. Горбатова, М. А. Билан, Е. Н. Ермолаева // Professional Education in Russia and Abroad. — 2020. — 4 (40). — С. 9–15. — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-predstavleniy-studencheskoy-molodezhi-o-sotsialnyh-aspektah-covid-19>
6. Гуревич, П. С. Психология : учебник для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 465 с. — (Высшее образование). — URL : <https://urait.ru/viewer/psihologiya-468609#page/1>

7. Гут, Ю. Н. Динамика влияния самоизоляции на эмоциональное состояние студентов и преподавателей вуза / Ю. Н. Гут, Н. С. Ткаченко, Н. Н. Доронина [и др.] // Перспективы науки и образования. — 2021. — № 2 (50). — С. 340–352. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
8. Диагностика типа эмоциональной реакции на воздействие В. В. Бойко / PsyTests : Психодиагностика : тесты Бойко : тип эмоциональной реакции. — URL : <https://psytests.org/boyko/reaction-run.html>
9. Ефремкина, И. Н. Исследование показателей эмоциональной сферы студентов с разным уровнем общительности в условиях самоизоляции / И. Н. Ефремкина, А. М. Смирнова // Сб. конференций НИЦ Социосфера. — 2020. — № 29. — С. 172–175. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
10. Замкова, Н. Д. Влияние режима самоизоляции на психоэмоциональное состояние студентов медицинского института РУДН / Н. Д. Замкова, А. Е. Мацепуро // Школа Науки. — 2021. — № 1 (38). — С. 39–41. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
11. Как самоизоляция повлияла на биологические часы человека? Ученые Тюменского ГМУ работают над глобальным исследованием // Тюменский гос. медицинский ун-т. СМИ о нас. 20.01.2021. — URL : https://www.tyumsmu.ru/press/news/media_about_us/kak_samoizolyatsiya_povliyala_na_biologicheskie_chasy_cheloveka_uchenye_tyumenskogo_gmu_rabotayut_na/?sphrase_id=67400
12. Касьянов, В. В. Особенности и проблемы социального поведения в условиях режима самоизоляции российского населения / В. В. Касьянов, Н. Х. Гафиагулина, С. И. Самыгин // Гуманитарий юга России : Humanities of the south of Russia. — 2020. — Т. 9. — № 2 (42). — С. 51–63. — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-problemy-sotsialnogo-povedeniya-v-usloviyah-rezhima-samoizolyatsii-rossiyskogo-naseleniya>
13. Кольцова, И. В. Влияние пандемии на возникновение тревожности у студентов педагогического вуза / И. В. Кольцова, В. В. Долганина // Мир науки. Педагогика и психология : World of Science. Pedagogy and psychology. — 2020. — № 4. — Т. 8. — С. 1–12. — URL : <https://mir-nauki.com/29PSMN420.html>
14. Котлярова, В. В. Виды страхов и саморегуляция поведения студенческой молодежи в ситуации вынужденной самоизоляции / В. В. Котлярова, Л. Е. Киреева // Общество : социология, психология, педагогика. — 2020. — № 10. — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/vidy-strahov-i-samoregulyatsiya-povedeniya-studencheskoy-molodezhi-v-situatsii-vynuzhdennoy-samoizolyatsii>
15. Крылов, В. М. Образ жизни студентов в условиях самоизоляции / В. М. Крылов, А. В. Крылова, Т. А. Пономарева // Казанский социально-гуманитарный вестник. — 2020. — № 6 (47). — С. 43–48. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
16. Кулешова, О. М. Исследование признаков и симптомов стресса у студентов-первокурсников медицинского вуза в условиях дистанционного обучения и самоизоляции / О. М. Кулешова, О. Г. Барина // Scientist (Russia). — 2020. — № 3 (13). — С. 10. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
17. Куликова, Т. И. Психоэмоциональное состояние студентов во время перехода на дистанционное обучение в первую волну самоизоляции / Т. И. Куликова // Педагогический имидж. — 2021. — Т. 15. — № 1 (50). — С. 112–122. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
18. Левин, А. Ю. Влияние образа жизни населения в условиях самоизоляции и карантинных мероприятий на состояние здоровья / А. Ю. Левин, В. А. Майдан // Известия Российской военной медицинской академии. — 2021. — Т. 40. — № S1–3. — С. 185–190. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
19. Лобза, О. В. Эмоциональные переживания и чувства студенческой молодежи России в период пандемии / О. В. Лобза, В. О. Короткова // II Международ. конф. по консультативной психологии и психотерапии, посвященная памяти Федора Ефимовича Василюка : сб. материалов. — 2020. — С. 167–169. — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnye-perezhivaniya-i-chuvstva-studencheskoi-molodezhi-rossii-v-period-pandemii>
20. Молчанов, С. В. Психология подросткового и юношеского возраста : учебник для вузов / С. В. Молчанов. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — URL : <https://urait.ru/viewer/psihologiya-podrostkovogo-i-yunosheskogo-vozrasta-469126#page/1>

21. Николаева, Е. Д. Как социальная самоизоляция в условиях пандемии повлияет на состояние общества / Е. Д. Николаева // Скиф. Вопросы студенческой науки. — 2020. — № 4 (44). — С. 172–175. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
22. Первичко, Е. И. Восприятие COVID-19 населением России в условиях пандемии 2020 года / Е. И. Первичко, О. В. Митина, О. Б. Степанова, Ю. Е. Конюховская, Е. А. Дорохов // Клиническая и специальная психология — 2020. — Т. 9. — № 2. — С. 119–146 // Портал психологических изданий PsyJournals.ru — URL : https://psyjournals.ru/psyclin/2020/n2/Pervichko_et_al_full.shtml
23. Психическое и психологическое здоровье студентов во время пандемии COVID-19 / К. Б. Аскатова, Ю. М. Брызгалова, Д. И. Лачинова [и др.] // Проблемы современных социокультурных исследований : сб. науч. трудов по материалам Международ. науч.-практ. конф. 27 окт. 2020 г. / под общ. ред. Е. П. Ткачевой. — Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ). — 2020. — С. 59–64. — URL : <https://apni.ru/article/1308-psikhicheskoe-i-psikhologicheskoe-zdorove>
24. Психологическое состояние студентов в условиях выхода из самоизоляции / Р. Т. Абдрашитов, А. М. Абакаров, А. С. Кубекова // Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches. 2020, Vol. 9, Is. 4A. P. 98–105. — URL : <http://publishing-vak.ru/file/archive-psycology-2020-4/11-abdrashitov-abakarov-kubekova.pdf>
25. Психологи рассказали, как чувствовали себя студенты во время дистанта // Новости ТюмГУ. — 24.02.2021. — URL : <https://news.utmn.ru/news/obrazovanie/1029010/>
26. Психология : в 2 ч. Ч. 1. Общая и социальная психология : учебник для вузов / Б. А. Сосоновский [и др.]. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 481 с. — (Высшее образование). — URL : <https://urait.ru/viewer/psihologiya-v-2-ch-chast-1-obschaya-i-socialnaya-psihologiya-470313#page/1>
27. Русякова, Е. Е. Особенности нервно-психического напряжения у современных студентов в условиях вынужденной самоизоляции / Е. Е. Русякова, А. А. Голубь, Ю. П. Киселева // Мир науки. Педагогика и психология. — 2020. — № 3. — URL : <https://mir-nauki.com/PDF/31PSMN320.pdf> (доступ свободный). — Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
28. Русякова, Е. Е. Особенности нервно-психического напряжения у современных студентов в условиях вынужденной самоизоляции / Е. Е. Русякова, А. А. Голубь, Ю. П. Киселева // Мир науки. Педагогика и психология. — 2020. — Т. 8. — № 3. — С. 69. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
29. Савченко, И. А. Пандемия в фокусе мировосприятия современного студента / И. А. Савченко, А. М. Горохова // Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. — 2021. — № 1 (61). — С. 83–89. — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/pandemiya-v-fokuse-mirovospriyatiya-sovremennogo-studenta>
30. Самodelкина, Е. А. Взаимосвязь эмоционального состояния и работоспособности у студентов-бакалавров / Е. А. Самodelкина // Студенческая наука и XXI век. — 2019. — Т. 16. — № 1–2 (18). — С. 421–423. — URL : <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
31. СТОПКОРОНАВИРУС.РФ / Официальная информация о коронавирусе в России. — URL : <https://xn—80aesfpebagmfb1c0a.xn—p1ai/>
32. Страх перед COVID-19 в Восточной Европе : подтверждение шкалы страха перед COVID-19 / А. Резник, В. Гриценко, В. Константинов, Н. Хаменко, Р. Исраеловиц // International Journal of Mental Health and Addiction. — 2020. — P. 1–6. — URL : <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00283-3>
33. Чернова, Ж. В. Бесконечный день сурка : социологический анализ учебных практик студентов вузов в ситуации вынужденной изоляции / Ж. В. Чернова, Л. Л. Шпаковская // Мониторинг общественного мнения : экономические и социальные перемены. — 2021. — № 2. — С. 464–483. — URL : <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.2.1765>
34. Чумаков, М. В. Развитие эмоционально-волевой сферы личности : учеб. пособие / М. В. Чумаков. — Курган : Изд-во Курганского гос. ун-та, 2012. — 126 с.
35. Шкала самооценки депрессии Цунга, ШСНС // PsyTests : психодиагностика : депрессия ШСНС. — URL : <https://psytests.org/clinical/zung.html>
36. Шкала скрининга страха COVID-19 // Психологи на b17.ru. — URL : <https://www.b17.ru/article/279311/>
37. Шматова, Ю. Е. Влияние COVID-19 на психическое здоровье населения (как показатель человеческого потенциала) : опыт зарубежных исследований / Ю. Е. Шматова

- ва // Проблемы развития территории. — 2020. — № 4 (108). — С. 88–108. — DOI: 10.15838/ptd.2020.4.108.6 — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-covid-19-na-psihicheskoe-zdorovie-naseleniya-kak-pokazatel-chelovecheskogo-potentsiala-opyt-zarubezhnyh-issledovaniy>
38. Щелкунова, Л. А. Эпидемия COVID-19 и ее влияние на психическое здоровье / Л. А. Щелкунова, К. К. Гусарова // COVID-19 и самоизоляция. Эксперт. — 2020. — 7 мая. — URL : <https://psy.media/epidemia-covid-19/>
 39. Ari Shechter, Franchesca Diaza, Nathalie Moisea. Psychological distress, coping behaviors, and preferences for support among New York healthcare workers during the COVID-19 pandemic *General Hospital Psychiatry* 66 (2020) 1–8. — URL : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7297159/>
 40. Gholamreza Mohammadi1, Kobra Sheidaee, Saeed Dashti Dargahloo, Mohammad Tabarestani, Mohsen Hosseinzadegan, Farzaneh Ashrafinia, Masoudeh Babakhanian. Overview on Children Mental Health Status during Coronavirus Disease: Expressing How to Support / <http://ijp.mums.ac.ir>. — URL : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7444649/>
 41. Shun-Wei Liang, Rong-Ning Chen, Li-Li Liu, Xue-Guo Li, Jian-Bin Chen, Si-Yao Tang and Jing-Bo Zhao. The Psychological Impact of the COVID-19 Epidemic on Guangdong College Students: The Difference Between Seeking and Not Seeking Psychological Help / *Frontiers in Psychology* / www.frontiersin.org 1 September 2020. Volume 11. Article. 2231. — URL : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7499802/>

Сведения об авторах

Камиллери Наталья Александровна, учитель английского, немецкого и русского языков высшей квалификационной категории, директор Российской школы-пансиона «MaltaCrown» на Мальте, председатель координационного совета Ассамблеи российских соотечественников на Мальте, Мальта.

Балина Лариса Федоровна, канд. филос. наук, доц. кафедры социально-культурной деятельности, культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия, blf_2010@mail.ru

Camilleri Natalia Alexandrovna, teacher of English, German and Russian languages of the highest qualification category, director of the Russian boarding school “MaltaCrown” in Malta, chairman of the Coordinating Council of the Assembly of Russian Compatriots in Malta, Malta.

Balina Larisa Fedorovna, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Department of Social and Cultural Activities, Culturology and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, blf_2010@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ДОСУГА

УДК 379.831

*Л.Ю. Антонова, О.С. Ипполитова**L.Yu. Antonova, O.S. Ippolitova*

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В СЕЛЬСКОМ КЛУБНОМ УЧРЕЖДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ВИКУЛОВСКОГО РАЙОННОГО ДОМА КУЛЬТУРЫ)

FORMATION OF CORPORATE CULTURE IN A RURAL CLUB INSTITUTION (ON THE EXAMPLE OF THE VIKULOVO DISTRICT HOUSE OF CULTURE)

Аннотация. В статье рассматривается корпоративная культура в учреждении социально-культурного профиля. В настоящее время, учитывая изменчивость деловой среды, набирает особую роль постоянная коммуникация с потребителями, партнерами и сотрудниками в сфере культуры. Во взаимодействии с последними появляется необходимость формирования единой системы ценностей, определенных правил: все вместе это корпоративная культура. Корпоративная культура является фундаментом в коммуникации с коллегами. Именно она способствует удовлетворению всех потребностей сотрудников и самой организации, начиная от социальных и заканчивая экономическими.

Ключевые слова: корпоративная культура, культура, корпорация, сотрудник, учреждение культуры.

Annotation. The article regards corporate culture in the institution of socio-cultural profile. Currently, given the variability of the business environment, constant communication with consumers, partners and employees in the field of culture is gaining a special role. In interaction with the latter, a need appears to form a single system of values, certain rules; all together, this is a corporate culture. Corporate culture is the foundation in communication with colleagues. It contributes to meeting all the needs of staff and the organization itself, from social to economic ones.

Keywords: corporate culture, culture, corporation, employee, cultural institution.

Корпоративная культура — это один из главных ресурсов организации, она является незаменимой вещью в управлении персоналом, а также эффективным средством для продвижения услуг учреждения. Важно данную культуру развивать, поскольку именно она формирует имидж культурно-досугового учреждения и является неотъемлемой частью создания творческих новшеств для потребителей услуг культуры. В современном мире это важно, ведь для достижения успеха организации культуры услуга должна быть ориентирована на посетителей, участников творческих коллективов — открытая, интересная и неповторяющиеся.

Важно понимать, что корпоративная культура формируется посредством двух способов: стихийность, когда она формируется спонтанно, независимо ни от кого, лишь от самих сотрудников, то есть на основе коммуникации в коллективе. И второй способ — целенаправленность. Этот способ важен, поскольку нужно уделять особое внимание внутренней культуре организации — корректировать и при необходимости направлять ее. Культура организации способна определить будущее на стадии становления: бюджетную деятельность, коммерческую деятельность, развитие, систему мотивации. Сходство взглядов сотрудников и «правил игры» есть смысл корпоративной культуры. Целью является управление ресурсами человека — это главное направление любой организации.

Корпоративная культура упорядочивает и закрепляет внутренний мир учреждения социально-культурного профиля, то есть отношения. Элементами данной культуры являются ориентиры, ценности, которые формируются в процессе появления и развития организации.

В основном корпоративная культура наблюдается как стратегия развития компании с помощью поддержания инноваций и их изменений. Корпоративная культура имеется в любом учреждении начиная от создания организации. Правильное управление корпоративной культурой влияет положительно на развитие учреждения.

Учреждение определяет ее индивидуальность, то, чем она отличается от других, следовательно, и корпоративная культура отлична, с помощью нее формируются бренд и позиции на рынке услуг, товаров. Значение корпоративной культуры незаметно и в то же время всеобъемлюще. Именно культура позволяет сотрудникам ощущать себя стабильно, а также быть эмоционально готовым к работе в деятельности компании. С помощью культуры человек может добиться самоуважения, а это основная потребность человека, которая подразумевает под собой мотивацию. Отличительной чертой организаций друг от друга являются успех в рыночной среде, перспективный руководитель, инновационные технологии и другое. Помимо перечисленного, существуют еще такие характеристики, как микроклимат в коллективе, положительные отношения с коллегами. Там, где присутствуют конкуренция, быстрая ротация кадров, высокая позиция поставщиков и потребителей, для таких условий роль корпоративной культуры увеличивается. Необходимо также обратить внимание на то, что сельские учреждения культуры имеют свою специфику как в работе с посетителями, так и в системе формирования организационной и корпоративной культуры. Во-первых, это сельская культурная среда, которая включает в себя многообразные общности и социальные группы, а также разнотипна по собственным элементам. Во-вторых, необходимо обратить внимание на особенности территориальной и возрастной общности села. В-третьих, особенности общения и профессионально-образовательные особенности в условиях сельской культурной среды. Формирование корпоративной культуры в сельских клубных учреждениях для управляющих органов связано с тем, как сотрудники ведут себя внутри целой трудовой системы и как исполняют свою работу.

Одно из первых мест в управлении занимает культура. А ее задачей является поддержание изменений, которые происходят внутри организации.

Для успешности изменения культуры важно учитывать следующие условия:

1. Элементы корпоративной культуры формируют и иницируют руководители компании, а ее посредниками являются менеджеры верхнего и среднего звена. Это приведет к изменению в корпоративных отношениях.

2. Администраторы процесса, которые создают технологии для улучшения процесса и его эффективности, ими являются функциональные подразделения.

Ограничения, которые правильно заданы, помогут восприятию перемен легче, с помощью выводов, которые сделают сотрудники сами. Основанием корпоративной культуры являются основные ценности, идеи, которые важны для каждого члена организации. Ценности в каждой организации могут отличаться, из них выявляются общение, стиль поведения. Важно определить влияние на управленческую деятельность, что приобретает значение для корпоративной культуры.

Внешняя среда значительно влияет на организацию, следовательно, это сказывается и на организационной культуре. Но существует и такое, что две организации могут иметь разные культуры, при этом одинаково функционируют в одном и том же окружении. Все это происходит из-за того, что сотрудники организации по-разному решают важные проблемы. В первую очередь, внешняя адаптация, то, с помощью чего организация будет выживать в условиях сильной конкуренции. Вторая проблема — это внутренняя интеграция, с ее помощью решаются и формируются процессы внутри организации, а также отношения, которые способствуют ее внешней адаптации.

Для того чтобы правильно понимать суть миссии организации и сформировать понимание собственного вклада в нее, члены учреждения должны знать реальную миссию.

Корпоративная культура несет в себе несколько основных видов.

«Культура власти» — особая роль в данной культуре отдается лидеру, а также его качествам и способностям. Источником власти являются ресурсы, которые находятся в распоряжении руководителя. Такая организация с данной культурой имеет строгую иерархическую структуру. Личная преданность является частым критерием для набора персонала, продвижения по лестнице. Примерами «культуры власти» являются маленькие компании, которые занимаются торговлей, финансами, или предпринимательские организации. Такая структура представляется паутиной, зависящей от центра источника власти.

«Ролевая культура» — строгое распределение функций между специализацией и ролями. Основой является система правил и стандартов. Источником власти — положение, которое сотрудник занимает в иерархии и выполняет свои функции. Классическая организация, которая представляется храмом. Например, торговый, финансовый отделы координируются руководством. Для каждого отдела существуют свои правила, способы разрешения конфликтов между участниками.

«Культура задачи» — такой вид культуры ориентируется на решение задач, создание и реализацию проектов. Эффективность деятельности зависит от профессионализма сотрудников, чему способствует корпоративная культура. Матричная структура — это пример данной культуры. Большое внимание уделяется окончанию работы. Соединение ресурсов и сотрудников на нужном уровне — залог успеха.

«Культура личности» — такой тип организации позволяет сотрудникам добиться своих целей. Контроль и власть — это координирующий ресурс. Личность данной культуры — это центр [1, с. 272].

В организациях выделяются основные культуры и субкультуры. Доминирующие культуры основываются на ценностях, которые определяются

членами организации. Одна группа определяет цели и средства их достижения, вторая группа сотрудников участвует лишь в подборе методов и целей достижения.

Внешняя адаптация очень важна для интеграции сотрудников, поддержания отношений внутри организации. Данное понимание является толчком для поиска способов совместной деятельности. Факторы внешнего и внутреннего окружения влияют на образование корпоративной культуры, а также ее содержание. Существуют стадии развития организации, на которых личная культура руководителя определяет культуру организации. Данное влияние имеет значение, когда организация находится на стадии становления, а руководитель, в свою очередь, обладает личностными и профессиональными особенностями. Становление организации напрямую связано со спецификой отрасли, в которой она развивается, зависит от скорости изменений, особенностей рынка. Учреждению с высокими технологиями присуща та культура, которая содержит «инновационные» ценности, но данная черта может по-разному влиять на развитие компаний. По сути, организация растет за счет новых сотрудников. Новые члены организации, которые имеют опыт работы, так или иначе приходят с опытом той культуры, в которой работали ранее. Иммуниет учреждения зависит от культуры, которая определяется глубиной, приоритетами и степенью разделения между членами организациями.

Существуют методы, которые поддерживают корпоративную культуру:

1. Лозунги, которые декларируются менеджментом и включают в себя миссию, правила и цели организации.
2. Ролевое моделирование, которое выражает каждодневное поведение сотрудников, а также отношения между ними. Руководитель демонстрирует свои нормы подчиненным и концентрирует их внимание.
3. Внешние символы, которые включают в себя систему поощрения, статусы. Данный метод может действовать через систему наград и привилегий.
4. История компании, различные легенды, обряды, которые связаны со становлением организации. Например, к обрядам относятся мероприятия коллектива, которые проводятся в установленное время.
5. Комментарии руководителя, его поддержка сотрудников.
6. Поведение руководства во время кризисных ситуаций. Глубина кризиса требует от организации либо усиления корпоративной культуры, либо смены старых норм и ценностей.
7. Кадровая политика организации. Принятие на работу, продвижение и увольнение работников — это один из способов поддержки культуры.

Выделяют два пути влияния корпоративной культуры на внутренний мир организации. Первый — поведение с культурой влияют друг на друга. Второй — влияние культуры на работу сотрудников.

Одно из главных условий для становления и поддержания корпоративной культуры — мотивация. Для мотивации важно, чтобы персонал имел стремление для выполнения миссии компании, а также для достижения поставленных целей. А, в свою очередь, для того, чтобы сотрудники стремились выполнять работу в срок и по плану, нужна заработная плата, положительные условия труда, а также идеология, которая поддерживает все вышеперечисленное.

В основе культуры лежат установки и суждения, которые воспринимаются сотрудниками для достижения положительного результата. Эффек-

тивная корпоративная культура влияет на достижение целей, повышение мотивации и сплочение сотрудников в команду.

Культурно-досуговое учреждение Викуловского районного Дома культуры является субъектом, который создает благоприятные условия для организации досуга и «удовлетворения потребностей жителей района в сохранении и развитии народной традиционной культуры, обеспечения их прав на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни» [1]. Данное муниципальное автономное учреждение культуры «Центр культуры и досуга Викуловского района» (МАУК «ЦКД») создано на основе распоряжения главы.

При создании корпоративной культуры главную роль играет принятие принципов, которые заложены в основу деятельности учреждения. Непрерывной деятельностью является доведение до сотрудников ценностей учреждения, а также вселение командного духа в коллектив, что в значительной степени способствует достижению поставленных целей. Существуют приоритеты в выборе направления работы с персоналом, все зависит от категории отдела учреждения культуры. Первым шагом в деле привлечения персонала является понимание работником своей роли в деятельности учреждения Дома культуры. Мотивация сотрудников важна так же, как и понимание запросов потребителей услуг и удовлетворение их потребностей. Осознание своей важности сотрудником учреждения начинается с понимания целей и задач учреждения. В Викуловском РДК все сотрудники участвуют в составлении годовых планов, также в учреждении культуры особое внимание уделяется сплочению коллектива. Совместное принятие решений влияет на атмосферу в коллективе. Но и делегирование полномочий несет в себе делегирование ответственности. Это ответственность сотрудника за своевременную сдачу отчета.

Викуловский районный дом культуры заботится о своих сотрудниках путем неформальной атмосферы (совместно отмечают Новый год, дни рождения, дарят подарки, проводят выездные мероприятия), а также созданием комфортных условий для работы (теплые отношения внутри коллектива). Несмотря на нематериальное стимулирование, финансовое вознаграждение остается одним из главных стимулов вовлечения в работу учреждения Дома культуры села Викулово. Имеются внебюджетные средства, это выездные мероприятия, на которых сотрудники зарабатывают, а также система премирования связана с показателями работы сотрудников. Размеры премий зависят от таких показателей, как достижение целей на данный месяц работы, анализ результатов работы, проведение определенного количества мероприятий и внебюджетных мероприятий. Существуют премии, которые зависят от обеспечения удовлетворенности потребителей, что является мотивацией для сотрудников в деле повышения качества услуг.

Внутренняя атмосфера учреждения очень важна в корпоративной культуре, так как персонал — это главный факт достижения стратегических целей. Главные условия для достижения успеха — это знания, творческие способности и ответственное отношение сотрудников к работе.

С целью повышения интереса персонала к своей работе руководство создало программу, которая направлена на развитие каждого сотрудника.

Мотивация является результатом воздействия на корпоративную культуру, а также характеризуется стремлением работников учреждения заслужить уважение руководителей и коллег, значимостью за счет принад-

лежности к культурной организации. Поэтому необходимо постоянно обновлять нематериальные стимулы мотивации.

Также для учреждения культуры важно построить взаимоотношения сотрудников с руководителями. Данное условие реализуется через проведение совещаний. Для поддержки сотрудников руководитель должен хвалить сотрудников за работу, это способствует мотивации к перспективному качественному росту. В связи с вышеперечисленным важно обозначить ряд рекомендаций для совершенствования корпоративной культуры Викуловского районного Дома культуры, основанием которой является модель характеристик мотиваций Т. Питерса, Р. Уотермана.

Разнообразие умений и навыков. Данный термин характеризует степень разнообразных действий, которые выполнены, также предусматривает использование различных навыков и талантов персонала. Если работник не уверен в своей работе и понимает, что коллега может выполнить работу лучше, то такая работа не представляет ценности. Таким образом, работа, при которой не используют ценных навыков, не будет вызывать потребность перспективы. Помимо вышеперечисленного, есть и разнообразие оптимального уровня, для каждого сотрудника данный уровень индивидуален. Одна и та же работа для каждого сотрудника может рассматриваться по-разному: как скучная, а для другого имеет неустойчивый характер.

Целостность работы. Данный параметр предполагает завершенность работы, то есть выполнение ее от начала до конца с результатом, например: составление плана мероприятия, непосредственно его проведение и подведение итогов, анализ результатов.

Важность работы. Это некая степень влияния работы на жизнь, работу коллег, внешнее окружение. Термин «важность» тесно связан с понятием «система ценностей работника учреждения культуры». Помимо интереса к своей работе, важно ощущать ее ценность и выполнять до конца, поскольку работа в учреждении культуры — это работа с людьми, предоставление культурных услуг.

Обратная связь. Именно она обеспечивает работникам информацию от потребителей о качестве предоставленных услуг. Обратная связь будет эффективной, если работа будет целостной, а ее выполнение качественным. Лучшей обратной связью является контроль сотрудников за качеством своей работы.

Исходя из вышеперечисленных параметров, такая удовлетворяющая работа мотивирует сотрудников, а также обеспечивает высокое качество услуги и, конечно, способствует высокой производительности.

Для работы по совершенствованию выявленных неэффективных сторон корпоративной культуры Викуловского РДК предлагается следующие:

а) мероприятия, которые направлены на высокую лояльность сотрудников к организации и руководителям. Во-первых, подразумевается имидж работника и сам Дом культуры. Для развития может быть использована высокая работа маркетинга и внутренняя коммуникация, которая направлена на осознанность действий. Также для освещения деятельности РДК используются каналы коммуникации, например: публикация материалов, принципов системы управления. Внутренние каналы коммуникации способствуют освещению деятельности учреждения культуры. Так, публикации материалов с праздников, проведение прямых встреч с руководителями способствуют сокращению дистан-

ций между сотрудниками и высокому позитивному восприятию учреждения культуры потребителями услуг. Во-вторых, не менее важным является стремление трудиться в данной организации, а также появление перспектив и формирование приверженности сотрудников к важности работы, что несет в себе ответственность. Важна эффективность принципов карьерного роста сотрудников в Доме культуры, которые основаны на оценке собственных достижений, а также компетенций и дальнейшего потенциала развития. Сама система карьерной лестницы, которая основана на значимости достижений сотрудников, мотивирует на достижение своих целей. В-третьих, важно развивать лояльное отношение сотрудников к компании через профессиональное развитие работников культуры. Отсюда персональный подход для выявления самых интересных направлений развития, а также создание индивидуальных программ для обучения и повышения квалификации сотрудников с большим потенциалом;

б) мероприятия, которые позволяют оценить потенциал, опыт и, конечно, компетенции работников, а также влиять на эффективное распределение задач и повышение командной работы. Для этого нужен грамотный подбор сотрудников на некоторые проекты и выполнение функций, что повышает вовлечение сотрудников и укрепление заинтересованности в работе коллектива;

в) мероприятия, которые направлены на систему достижения целей учреждением. К ним относятся навыки по расставлению приоритетов. К данному направлению также относится построение слаженной работы коллектива над каким-либо мероприятием, выступлением, главное, чтобы участники самого рабочего процесса были включены и разделяли функции и задачи между собой. Так, нужно развивать культуру коммуникаций между отделами, которая направлена на обмен данными уже без каких-либо сложных правил;

г) создание и проведение мероприятий, которые осведомляют сотрудников обо всех делах учреждения, а также подготовка работников к ожидаемым изменениям. Развитие внутренней коммуникации очень актуально, поскольку своевременная информация о предстоящих переменах происходит внутри учреждения, для обеспечения верной подачи новых решений. Правильная подача информации обеспечивает оптимистичный подход для восприятия перемен и способствует решению поставленных задач.

Успешным результатом работы по формированию корпоративной культуры и дальнейшему ее развитию становится построенная система, которая отражает благоприятную среду. Эффективность корпоративной культуры отражает командный дух, гордость сотрудников за результаты проделанной работы, чувство преданности организации, высокое требование к качеству предоставляемых услуг для потребителей, также готовность к переменам, которые могут быть вызваны конкуренцией и требованием прогресса общества. Следовательно, корпоративную культуру необходимо изучать, следить за ее формированием, корректировать и регулировать изменения. Важно, чтобы она стала неотъемлемой частью учреждения культуры, с помощью которой и развивается организации.

Характеристика управленческой деятельности культурно-досугового учреждения Викуловского районного Дома культуры обосновывается субъектом, который обеспечивает создание благоприятных условий для организа-

ции досуга и удовлетворения потребностей жителей района в сохранении и развитии народной традиционной культуры, обеспечения их прав на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни.

Библиографический список

1. Бас, В. Н. Корпоративная культура как инструмент формирования системы корпоративного поведения / В. Н. Бас // Экономические науки. — 2011. — № 3. — С. 271–274.
2. Богомолов, А. В. Формирование и значение корпоративной культуры в системе управления / А. В. Богомолов, Е. А. Белимова, Е. Б. Кушекбаев // Вестник Воронежского гос. ун-та инженерных технологий. — 2017. — № 1. — С. 416–421. — ISSN 2226-910X. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL : <https://e.lanbook.com/journal/issue/301615> (дата обращения : 18.12.2020). — Режим доступа : для авториз. пользователей.
3. Кулакова, Н. Г. Актуальные проблемы формирования организационной культуры гостиничного комплекса / Н. Г. Кулакова // Вестник СПбГУ. Серия 5. — 2010. — Вып. 4. — С. 43 (дата обращения : 01.12.2020).
4. Методика исследования корпоративной культуры предприятия. — URL : https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/61439/1/m_th_a.a.dyshaeva_2018.pdf
5. Муниципальное автономное учреждение культуры «Центр культуры и досуга культуры». — URL : http://ckd-vikulovo.ru/o_nas

Сведения об авторах

Антонова Людмила Юрьевна, канд. культурологии, доцент кафедры СКД, КиС, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, luda-ckd@mail.ru
Ипполитова Олеся Сергеевна, студентка 4 курса, МСКД бакалавриат, Тюменский государственный институт культуры, Тюмень, Россия.

Antonova Lyudmila Yuryevna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of SKD, CSS., Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, luda-ckd@mail.ru

Ippolitova Olesya Sergeevna, 4th year student, MSCA undergraduate, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 316.42

Л.Ю. Антонова, Д.Д. Осокина

L.Yu. Antonova, D.D. Osokina

ДОБРОВОЛЬЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭПОХУ ПОСТКАРАНТИННОГО ПРОСТРАНСТВА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

VOLUNTEERING IN THE ERA OF POST-QUARANTINE SPACE IN THE REGION (USING THE EXAMPLE OF THE TYUMEN REGION)

Аннотация. В статье рассматривается понятие добровольческой деятельности в контексте Российской Федерации. В статье сформулированы международные принципы добровольчества. Анализируется влияние пандемии COVID-19 на формирование, развитие и изменение добровольческой деятельности, а также процесс добровольчества в эпоху посткарантинного пространства в регионе.

Ключевые слова: добровольчество, добровольческая деятельность, волонтерство, COVID-19, добровольческое движение, пост-карантинное пространство.

Annotation. The article deals with the concept of volunteerism in the context of the Russian Federation. The article sets out the international principles of volunteerism. The impact of the COVID-19 pandemic on the formation, development and change of volunteerism and the process of volunteerism in the post-quarantine era in the region is analyzed.

Keywords: volunteering, voluntary activity, voluntary service, COVID-19, voluntary movement, post-quarantine space.

В настоящее время добровольческая деятельность (волонтерство) органично входит в повседневную жизнь общества, становясь востребованным, значимым и важным видом деятельности. Несколько десятков лет назад волонтерство носило стихийный, эпизодический характер, а сейчас это движение выступает в целостной, четко выстроенной системе.

Любое событие государственного масштаба в России не устраивается без привлечения добровольцев (волонтеров). Волонтерами становятся люди, намеренные отзываться и оказывать помощь в той сфере, которая им более понятна и интересна и вместе с тем где они будут максимально полезны и эффективны. При этом вся деятельность осуществляется на добровольных началах.

Согласно толковому словарю Ожегова «Добровольчество (волонтерство) — безвозмездное участие людей в общественно полезных мероприятиях, не связанных с извлечением прибыли» [4, с. 68].

Очень важно отметить, что в советское время в России правительство, прибегая к определенным мерам и средствам принуждения граждан к волонтерству (субботники, сбор урожая, шефская работа), нарушало один из

фундаментальных и основных принципов всемирного добровольного движения: добровольцы не являются «дешевой рабочей силой», их участие в добровольчестве, проектах устанавливается их личным желанием и собственной мотивацией.

Н.Ф. Басов выделяет организованное и неорганизованное волонтерство.

«Неорганизованное волонтерство — это спонтанная и эпизодическая помощь друзьям или соседям: например, уход за ребенком, оказание помощи в ремонте или стройке, выполнение мелких поручений или отклик на стихийное или созданное людьми бедствие. Это преобладающая форма волонтерства во многих культурах.

Организованное волонтерство, как правило, осуществляется в некоммерческом, государственном и частном секторе и более систематично и регулярно» [6, с. 171].

В.А. Корнилович выделяет добровольчество в качестве нормативно-ценностного механизма, стимулирующего и поддерживающего определенные виды, направленность социальных взаимодействий человека, социальных групп [2].

Изменения в сферах общества, появление новых запросов, изменение позиции потребителя, возрастание конкуренции, цифровизация и глобализация, появление новых возможностей для развития общества, открываемых достижениями науки и техники, а также ряд других причин: в исследовании феномена волонтерства одним из самых производительных становится позиция социологического подхода. Суть его в том, что социологический подход направлен на анализ общественного мнения по отношению к волонтерам, исследования объективных и субъективных оценок. С позиции этого подхода добровольчество — это важнейший социальный феномен регуляции поведения индивидов и социальных групп, содержанием которых являются нормы и ценности: индивидуальной или коллективной инициативы, общественной солидарности, принятия на себя ответственности, социального внимания, осуществляемых добровольно.

С точки зрения Н.Ф. Басова, «Именно в волонтерстве свобода, являясь его сущностной характеристикой, применяется не только к целеполаганию, но и к возможности реализации его в объективно-предметной составляющей деятельности» [6, с. 123].

В современной России добровольческое движение развивается во всех направлениях исходя из личных инициатив граждан. К основным направлениям добровольчества можно отнести:

- «работа с социально незащищенными слоями населения (пожилые, люди без определенных занятий и места жительства, люди с ограниченными возможностями);
- работа с детьми и молодежью (в детских домах, интернатах для детей с ограниченными возможностями, школах, детских садах и т.д.);
- участие в проектах, направленных на решение проблем местных сообществ;
- реализация проектов, направленных на предотвращение конфликтов, развитие идей терпимости в обществе;
- реализация проектов, направленных на пропаганду идей здорового образа жизни среди молодежи, профилактику курения, алкоголизма, употребления наркотиков, и многое другое» [3, с. 1].

Множество направлений в волонтерской деятельности в современном мире привлекает как подростков, молодых людей, так и лиц среднего возраста. К

таким направлениям можно отнести: социальное, спортивное, культурное, экологическое, событийное, корпоративное, медиаволонтерство, волонтерство в общественной безопасности, донорство. В будущем направлений волонтерства станет еще разнообразней. Или одни заменятся другими, более востребованными, значимыми проблемами как в государстве, так и частном порядке.

Волонтерское движение в РФ сегодня отвечает всем международным добровольческим принципам. К основным из них можно отнести: безвозмездность, добровольный выбор, социальная значимость деятельности, добросовестное выполнение принятых обязательств. Таким образом, добровольческая работа является средством личного совершенствования через оказание помощи другим людям, отражает личную позицию человека и позволяет ему отказаться от деятельности, если она нарушает его нравственные принципы [1]. Также волонтерство на сегодняшний день определяется актуальностью, результатом, осуществляется исходя из потребностей общества и является законной деятельностью, если не противоречит законам страны.

Направления социально значимой и культурно-досуговой деятельности могут осуществляться в добровольческой (волонтерской) деятельности, где молодой человек получает возможность реализовать свой творческий потенциал, удовлетворить потребность в общении, участвовать в проектной деятельности, выступать организатором или участником разноразмерных мероприятий, получить новые знания и развить творческие и профессиональные способности, что, по сути своей, является реализацией основных задач социально-культурной реабилитации.

Следовательно, направления социально значимой и культурно-досуговой деятельности могут осуществляться путем участия в добровольческой (волонтерской) деятельности, так как она может включать в себя: трудовую, социально значимую и культурно-досуговую деятельность, реализовываться в различных формах работы (акциях, конкурсах, проектах, просветительских мероприятиях).

Участие в добровольческой (волонтерской) деятельности способствует социализации личности, позволяет раскрыть и реализовать свой творческий потенциал, является социально направленной, способствует получению положительного опыта участие в коллективной деятельности.

Прежде чем приступить к анализу добровольческой деятельности в эпоху посткарантинного пространства в Тюменской области, стоит проанализировать состояние развития добровольчества на сегодняшний день без учета принятых карантинных мер. Как говорится в большинстве источников, «Для организации волонтерской группы среди молодых людей нужно изучить их представления об актуальных социальных проблемах и поставить их решение в центр добровольческой деятельности. Потребность общения и признания значимости в группе, которая является одной из актуальных потребностей молодежи, делает групповую форму работы волонтера самой приемлемой и эффективной», и этой же позиции придерживаются региональные руководители добровольчества.

Основным центром развития добровольчества на региональном уровне является «Координационный ресурсный центр поддержки добровольческого движения Тюменской области». Согласно положению, «Координационный центр — орган, осуществляющий комплекс инновационных консультационных, методических услуг организациям и гражданам в сфере добровольческой (волонтерской) деятельности в соответствии с задачами социально-экономического

развития Тюменской области и с целью повышения общественно полезной добровольческой (волонтерской) занятости населения, эффективного использования добровольческих (волонтерских) ресурсов при решении серьезных социальных проблем общества и для развития местных обществ в регионе» [6]. В своей деятельности центр руководствуется Конституцией Российской Федерации, Гражданским кодексом и рядом федеральных законов, следовательно, деятельность Координационного центра не противоречит законам страны, что соответствует принципам добровольческой деятельности.

Координационный центр был создан в целях координации добровольческих организаций региона, повышения уровня общественно полезной занятости граждан и эффективного использования добровольческих ресурсов и возможностей для повышения уровня социально-экономического развития региона и качества жизни населения.

Как гласит официальный сайт, центр «участвует в программе “Ресурсные центры” Ассоциации волонтерских центров. В сентябре 2019 года прошел сертификацию в рамках этой программы» [1]. Данный центр занимается сбором данных о всех волонтерских объединениях области, координирует их работу и взаимодействие, привлекает к участию в региональных, областных, федеральных и международных проектах. По данным на 2020 год, в Тюменской области зарегистрировано 11 опорных, 26 муниципальных центров развития добровольчества, 10 студенческих штабов, в том числе волонтерский штаб при ТГИК, 7 региональных проектов и 6 проектов федерального значения.

В рамках проектной деятельности Координационного центра волонтеры изучают курсы повышения квалификации в сфере добровольчества (проект «Школа волонтера»), поднимают общественно важные вопросы в рамках школы социального проектирования «#ТворитьДоброПросто», объединяются в творческие инициативные команды, принимая участия в региональных форумах, и так далее.

Центр активно ведет свои социальные сети, публикует результаты каждого мероприятия в единой информационной системе <https://dobro.ru>, на федеральном уровне составляет отчеты о состоянии общественно-добровольческого движения. У центра есть право на свою символику, бланки и штампы, брендированную продукцию. Действует центр на базе ГАУ ДО ТО «Дворец творчества и спорта “Пионер”».

В эпоху пандемии центр активно помогал гражданам, находящимся в группе риска (граждане старше 65 лет, люди с ослабленным здоровьем, лица с ограниченными возможностями здоровья) в рамках проекта #МыВместе. В рамках этого проекта волонтеры отвечали на вопросы, касающиеся коронавирусной инфекции по телефону горячей линии, а также принимали заявки с просьбами о доставке продуктов и лекарств на дом.

Добровольческое (волонтерское) объединение «Регион 72» осуществляет свою деятельность по следующим направлениям:

☑ Информационно-просветительская деятельность реализуется в проведении консультаций, бесед, лекций.

☑ Организация досуговой и внеурочной деятельности включает в себя два аспекта: организацию досуговой занятости членов объединения путем включения их в различного рода деятельность и деятельность членов объединения, направленную на организацию досуга и проведения культурно-досуговых мероприятий для других участников образовательного процесса и населения.

☑ Спортивно-оздоровительная деятельность, деятельность по пропаганде здорового образа жизни, организация и проведение спортивно-массовых мероприятий, веселых стартов, эстафет и т.д.

☑ Профилактическая деятельность направлена на проведение профилактических мероприятий, акций по предупреждению совершения правонарушений и преступлений, дорожно-транспортных происшествий, профилактику наркомании, алкоголизма, табакокурения и т.д.

☑ Природоохранная деятельность включает в себя организацию и проведение мероприятий, направленных на формирование бережного отношения к окружающей среде, через участие и проведение субботников, акций, различного рода мероприятий.

☑ Социально-педагогическая деятельность реализуется как направление по предупреждению совершения правонарушений несовершеннолетними, защите их прав, сопровождению детей из малообеспеченных и неблагополучных семей.

В рамках добровольческого (волонтерского) объединения «Регион 72» решено реализовать проект социально-культурной реабилитации подростков, склонных к совершению правонарушений и преступлений, «Идущие вместе».

Поводом для разработки данного проекта является резкий рост правонарушений и асоциальных проявлений в подростковой среде.

Активным привлечением волонтеров занялись опорные центры и муниципалитеты Тюменской области в эпоху посткарантина. Благодаря возможности работать удаленно в организацию мероприятий стали вовлекаться добровольцы, проживающие в муниципалитетах, ранее не имеющие свободного доступа к региональным и областным мероприятиям.

Опорные центры выпустили серию так называемых чек-листов, целью которых было дать основные методические указания по организации мероприятий в онлайн-формате. Благодаря таким «шпаргалкам» мероприятия добровольческих центров Тюменской области вышли на новый уровень.

По результатам анализа добровольческой деятельности можно сказать, что представители молодого поколения на достаточном уровне владеют технологиями, которые подразумевает онлайн-формат поведения мероприятий. Для работы в онлайн-формате молодежи не требуется проводить длительного дополнительного обучения, многие функции приложений понимаются ими на интуитивном уровне. Если предоставить добровольцам оборудование, соответствующее уровню проведения мероприятия, можно быть уверенным в результате.

Однако стоит также сказать, что существуют мероприятия, которые перевести в онлайн-формат не представляется возможным. Так, например, в декабре 2020 года в Тюмени состоялось Всероссийское семинар-совещание по вопросам развития молодежной политики в Российской Федерации на 2021 год. На этом совещании присутствовали представители департаментов по развитию молодежной политики из каждого региона страны, была задействована большая команда организаторов, в том числе порядка 25 волонтеров. На мероприятии были соблюдены все меры безопасности: соблюдалась социальная дистанция в 1,5 метра между людьми, все участники и организаторы обязательно носили медицинские маски, прикрывающие внешние органы дыхательных путей.

При обязательном соблюдении всех мер безопасности (например, рассадка в зрительном зале) проведение мероприятий возможно. При привлечении на мероприятия волонтеров необходимо обязательно проводить инструктаж об оказании первой помощи, правилах проверки температуры с

помощью бесконтактных термометров, частоте обработки рук санитайзерами и времени смены медицинских масок [7].

В последние годы добровольческая деятельность в России развивается очень быстрыми темпами. Во время пандемии, посткарантина число волонтеров возросло, в проектах все чаще принимает участие не только молодежь, но и люди среднего возраста. В то же время необходимо привлечь внимание региональных властей к такого рода отзывчивости, нужно модифицировать систему нематериального поощрения добровольцев, можно было бы учитывать опыт волонтерства при поступлении в вузы на магистратуру или в аспирантуру, помощь в трудоустройстве нуждающихся молодых людей. Также необходимо обратить внимание и на нормативную базу, ликвидируя препятствия, которые мешают работе волонтерского сообщества, вместе с тем важно поощрять не только крупные проекты, но и небольшие некоммерческие организации.

В связи с пандемией 2020–2021 годов и состоянием повышенной готовности на территории Тюменской области многие мероприятия вынужденно перенесены в онлайн-формат. В эпоху посткарантинного пространства, когда у социокультурного менеджмента отсутствует возможность проведения мероприятий в стандартном режиме, доходы предприятий сокращаются, а общество напугано угрозой заражения, особенно важно помнить об общественно-добровольческих объединениях, и опыт добровольчества в Тюменском области является тому качественным показателем.

Библиографический список

1. Добровольческое движение // Тюменская область. — 2020. — 27 дек. — URL : <https://vk.com/dobrointmn>
2. Корнилович, В. А. Институциональные основы социализации учащейся молодежи : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. социолог. наук : 22.00.04 / В. А. Корнилович. — Москва, 2009 — 22 с.
3. Любкина, П. В. Основные принципы реализации добровольческой деятельности в современной России / П. В. Любкина // Добровольчество в современном мире : нравственный идеал нашего времени : сб. науч. ст. I международ. студенческой науч.-практ. конф., 26–28 окт. 2016 г. — 540 с.
4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка. 100 000 слов, терминов и выражений / С. И. Ожегов. — Москва : Изд-во «АСТ», 2008. — 736 с.
5. Певная, М. В. Волонтерство как социологическая категория : определение понятия / М. В. Певная // Вестник Сургутского гос. педагог. ун-та : науч. журн. — 2012. — № 2 (17). — С. 118. — 126 ISSN 2078-7626
6. Социальная работа с молодежью : учеб. пособие / Н. Ф. Басов, В. М. Басова, С. В. Бойцова [и др.] ; под ред. Н. Ф. Басова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2009. — 309 с. — ISBN 978-5-394-00656-2
7. Татьяна Романова // Мир в онлайн. Как это отразилось на искусстве и ивентах. — URL : https://vk.com/im?sel=74546527&z=video-170867370_456239059%2F59281fe607ba019614 (2021. 08 янв.)

Сведения об авторах

Антонова Людмила Юрьевна, канд. культурологии, доцент кафедры СКД, КиС, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, luda-ckd@mail.ru
Осокина Дарья Дмитриевна, студентка 4 курса, МСКД бакалавриат, Тюменский государственный институт культуры, Тюмень, Россия.

Antonova Lyudmila Yuryevna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of SCA, CSS., Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, luda-ckd@mail.ru

Osokina Daria Dmitrievna, 4th year student, MSCA undergraduate, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 378

*К.С. Орлова, Е.А. Басова**K. S.Orlova, E.A. Basova*

КУЛЬТУРА И ОБРАЗОВАНИЕ В ТЮМЕНСКОМ РЕГИОНЕ

CULTURE AND EDUCATION IN THE TYUMEN REGION

Аннотация. В статье рассматривается культура Тюменской области как визитная карточка региона. Дается подробное описание учреждений культуры: театры, музеи, библиотеки. Приводится практический аспект внедрения знаний о Тюменской области за счет введения дисциплины «Родная литература».

Ключевые слова: культура, образование, досуг, «Родная литература», информационные технологии.

Annotation. The article considers the culture of the Tyumen Region as a business card of the region. A detailed description of cultural institutions is given: theaters, museums, libraries. The practical aspect of the introduction of knowledge about the Tyumen Region through the introduction of the discipline “Native Literature” is given.

Keywords: culture, education, leisure, “Native literature”, information technologies.

Актуальность данной темы выражена в постоянном развитии культуры и образования Тюменского региона. Анализируя сайты Тюменской области, можно выявить, что спрос в сфере культуры представлен в культурно-досуговых организациях, библиотеках, музеях, театрально-концертных организациях, организациях дополнительного образования, информационно-аналитических центрах как государственных учреждений культуры, так и муниципальных организаций культуры.

Культура Тюменской области является визитной карточкой региона. В нем проживают представители различных народностей, обладающих значительным потенциалом национальных культур, обычаев и традиций. Активной популяризацией многообразного богатства занимаются национально-культурные автономии, под эгидой которых действуют сотни народных коллективов, кружков и секций. На территории Тюменской области функционируют более 1160 учреждений культуры и досуга: 615 учреждений клубного типа, 491 библиотека (в числе которых специализированная библиотека для слепых), 6 музеев, 4 профессиональных театра, филармония, цирк, 30 образовательных учреждений в сфере искусства и культуры, а также Тюменская областная научная библиотека имени Д.И. Менделеева, признанная одной из лучших в стране.

Изучая вопрос культуры Тюменской области, мы провели исследование на предмет изучения учреждений культуры. Из наблюдения мы выявили

следующие выдержки, которые помогут охарактеризовать культурную ситуацию региона.

В Тюмени находится несколько различных по формату театров: Тюменский драматический театр (самый крупный в России, который обладает разнообразным репертуаром), молодежный театр «Ангажемент», Тюменский театр кукол. Хотелось бы заметить, что в 2011 году Молодежный театр «Ангажемент» им. В.И. Загоруйко участвовал в IV Международном фестивале театрального искусства «Театр. Чехов. Ялта» со спектаклем «Носферату» и стал обладателем Гран-при. В 2013 году детский спектакль «Щелкунчик» Тюменского драматического театра признан лауреатом Всероссийского фестиваля театрального искусства для детей «Арлекин» в номинации «Лучшее художественное оформление». Награды «Лучшая мужская роль», «Лучшая женская роль», «Лучшая мужская роль второго плана», а также Гран-при Межрегионального театрального фестиваля «Ирбитские подмостки — 2013» получил спектакль «Старший сын» Тюменского драматического театра. Спектакль «Путешествие Нильса с дикими гусями» Тобольского драматического театра им. П.П. Ершова вошел в число победителей Московского открытого фестиваля спектаклей малых форм для детей «Сказочный мир» и получил награду в номинации «Лучшая работа художника». В 2014 году Тюменский драматический театр принял участие в фестивале-конкурсе «Новосибирский транзит» со спектаклем «Дни Турбиных» и был удостоен специального приза жюри фестиваля, а актер Николай Аузин получил диплом за лучшую мужскую роль. Группа Тюменского театра кукол за спектакль «Бобик в гостях у Барбоски» с Межрегионального фестиваля «Вятка — город детства» привезла главный приз «За лучший спектакль». На сцене Тюменского театра кукол прошел третий открытый фестиваль конкурс актерской песни «Почти Belcanto». Участниками стали не только актеры профессиональных театров, но и студенты профессиональных высших и средних учебных заведений г. Тюмени и Тюменской области, г. Челябинска, Екатеринбурга, Кудымкара Пермского края, Стерлитамака, Озерска, Казани, Иркутска.

Музейный комплекс города включает в себя музей «Дом Машарова», музей «Городская дума», музей изобразительных искусств, музей-усадьбу Колокольниковых, археологический музей-заповедник. Активно продолжается работа по интеграции образовательного процесса в музейную деятельность. Разрабатываются новые культурно-просветительские программы патриотической, краеведческой направленности, экскурсионное обслуживание, лекционная деятельность, проведение музейных мероприятий, музейных уроков, организация передвижных выставок. Тематика музейных занятий охватывает все возрастные категории. Наибольшим интересом у подрастающего поколения пользуются интерактивные мероприятия и экскурсии, квесты и игры. Каждый год на территории музейного комплекса студенты проходят разные виды практик.

Продолжается использование информационных технологий в деятельности библиотек. Осуществляется подключение муниципальных библиотек к Национальной электронной библиотеке. Терминал доступа к Национальной электронной библиотеке размещен в трех читальных залах Тюменской областной научной библиотеки. В библиотеке для слепых предлагают своим читателям книги на флэш-картах. Востребована пользователями сервисная услуга библиотеки — прокат тифлофлэшплееров. В работе с читателями ак-

тивно использовалась электронная база данных «Говорящие книги для записи на флэш-карту с криптозащитой». В 2017 году был заключен договор о сотрудничестве с АНО «Первая интернациональная онлайн-библиотека для инвалидов по зрению “Логос”», (г. Москва), в рамках которого читатели получают удаленный доступ к ресурсам библиотеки «Логос».

В практическую деятельность Тюменского государственного института культуры при изучении курса «Родная литература» вводится сайт «Электронная библиотека Тюменского края», где можно найти информацию о писателях Тюмени и Тюменской области, прочитать библиографические данные, список книг и статей, воспользоваться электронными ресурсами, познакомиться с текстами произведений. На сайте дается актуальная информация о конкурсах и краеведческих исследованиях. Данный сайт способствует быстрому поиску нужной для изучения информации, текстов писателей Тюменского края, практическому применению знаний на занятиях по данной дисциплине. Курс «Родная литература» рассчитан на популяризацию информации о писателях и поэтах, их произведений. Одной из важных задач вводимого курса являются: воспитание духовно развитой личности, способной к созидательной деятельности в современном мире, с развитым гуманистическим мировоззрением и национальным самосознанием, гражданской позицией и уважением к ценностям Тюменского края. Распространенными образовательными технологиями являются лекции, просмотр фильмов — экранизаций художественных произведений, конспектирование критических статей с комментариями, биографические обзоры, экскурсии, исследовательские проекты, творческие задания. В основе программы лежит концепция знакомства с литературой и журналистикой в Тюменской области. Знакомство с писателями края. Предполагаются внеклассные занятия по изучению произведения писателей и поэтов, не вошедших в курс изучения.

В целях профессиональной ориентации и творческого роста вуз организует для обучающихся, а также детских школ искусств, их преподавателей мастер-классы с известными деятелями искусств, где есть возможность получить индивидуальные консультации.

Анализируя культуру в Тюменском регионе, можно положительно охарактеризовать культурную ситуацию региона. Высока роль учреждений культуры и досуга, а также образования для положительной динамики развития Тюменского края.

Сведения об авторах

Орлова Кристина Сергеевна, студент 2 курса спо по направлению «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, ev.al.basova@mail.ru

Басова Евгения Александровна, канд пед. наук, доцент кафедры СКД, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, ev.al.basova@mail.ru

Orlova Kristina Sergeevna, 2nd-year student of the SPE in the direction of “Tourism”, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, ev.al.basova@mail.ru

Evgeniya Aleksandrovna Basova, Candidate of Pedagogics, Associate Professor of the Department of SCA, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, ev.al.basova@mail.ru

УДК 725.826

*В.Е. Вострых, Н.П. Соколова**V.E. Vostrykh, N.P. Sokolova***ЧЕРТЫ АНТИЧНОГО ТЕАТРА: СОВРЕМЕННАЯ ТЮМЕНЬ****FEATURES OF THE ANCIENT THEATER: MODERN TYUMEN**

Аннотация. Статья посвящена особенностям античного театра. Обращено внимание на связь театра с такими важнейшими категориями, как ритуал, музыка и пространство. Приведены понятие и трансформация термина «амфитеатр». В качестве примера проявления черт античного театра в современной Тюмени анализируются: амфитеатр музейного комплекса имени И.Я. Словцова, Международный фестиваль уличных театров «Сны улиц», деятельность театра «Мимикрия» и передвижного театрального комплекса «Театральная кибитка».

Ключевые слова: Античность, театр, амфитеатр, ритуал, музыка, пространство, архитектура, фестиваль.

Annotation. The article is devoted to the peculiarities of the ancient theater. Attention is drawn to the connection of the theater with such important categories as ritual, music and space. The concept and transformation of the term “amphitheater” are given. As an example of the manifestation of the features of the ancient theater in modern Tyumen, the following are analyzed: the amphitheater of the museum complex named after I.Ya. Slovtsov, the International Street Theater Festival “Street Dreams”, the activities of the “Mimikriya” theater and the “Teatralnaya Kibitka” mobile theater complex.

Keywords: antiquity, theater, amphitheater, ritual, music, space, architecture, festival.

«Все новое — хорошо забытое старое» — цитата из мемуаров (1824) Розы Бертэн (Жак Пеше) [5], известная, наверное, каждому человеку. Ее смысл состоит в том, что все события приходят и уходят, а затем повторяются снова, на время исчезают и снова возвращаются. Это поговорку вспоминают, когда выясняется, что упомянутое нововведение было просто повторением того, что было раньше, но уже было забыто.

Так и в случае с театром. Ведь всякое «изобретение» — театральное явление, которому мы можем найти аналогию в прошлом и которая не была принята нами в расчет.

Дмитрий Владимирович Трубочкин [7] — профессор кафедры истории зарубежного театра российского института театрального искусства (ГИТИС), доктор искусствоведения — считает, что происходит «многократное происхождение театра». Он объясняет это тем, что «всякий раз, когда возникает новый театр, новые формы, новый театральный феномен, это дает основание теоретикам и практикам театра говорить о его происхождении» [2].

Важнейшие категории, о которых стоит упомянуть для раскрытия темы античного театра, — это ритуал, пространство и музыка.

Разница искусства (театра) и ритуала состоит, во-первых, в том, что ритуал тяготеет к повторению заведенного сценария, искусство всегда тяготеет к созданию новых произведений.

Во-вторых, в ритуале нет зрителя, а есть участники: пассивные и активные.

В-третьих, ритуал нацелен на успех, в то время как театр изначально предполагает неуспех.

В-четвертых, в ритуале промежуточные эстетические реакции невозможны (аплодисменты), это значит, что неподготовленных зрителей внутри структуры ритуала нет.

В-пятых, в ритуале человек всегда остается собой, в театре люди становятся другими — примеряют на себя различные образы.

Однако следует отметить, что близость ритуала и театра — это значительная близость двух феноменов, так как до сих пор в любом спектакле мы видим зерна ритуальности, в любом ритуале — признаки театральности.

Театр отражает образ мира, при этом он создавался пространственными средствами. Самые красивые и грандиозные сооружения созданы для театра, осмыслены как архитектура. Театр занимает большое пространство, развитие театра равно развитию пространственного мышления.

Не менее важная особенность: всегда для всех древнейших культур театральное зрелище существовало с музыкой. Основа театра — чередование музыкальной и немзыкальной речи: речитативов, немзыкальных слов, хорового и сольного пения. Это входит в структуру театра. Сочинять спектакль — значит сочинить текст, музыку и хореографию.

Раньше театр понимался как событие под открытым небом, в котором, как в общественном пространстве, собираются люди. Позже произошло замыкание театра в отдельную систему: сверху появилась крыша, началось формирование порталной арки, появилось резкое разделение зрительского затемненного пространства и актерского (художественного) освещенного. Это проявление большого открытия, культурного переворота.

Резонно то, что к общественному пространству тяготеет любое зрелище, это площадь. Общественное пространство изначально имело связь с театральным, зрелищным. Пространство никогда не бывает пустым: говорят стены, потолок, темнота, в которую мы погружаем наши собственные образы. Пространство говорит воображаемыми образами или вещами, которые в нем остаются. Мы не живем без воздушного пространства, мы заполняем его собой.

Круговое пространство — космический круг — циркульное пространство, которое относится к античной орхестре, арене, — гармонизирует. Вы можете пребывать там большое количество времени, привыкаете к обстановке, возникает чувство принадлежности миру. Воплощение в архитектуре внутренних особенностей театрального пространства лечит.

Можно предположить, что амфитеатр позволяет пользователям достигнуть еще одного уровня психического комфорта — возможности находиться над уровнем окружающего пространства. Такое расположение доставляет человеку дополнительное чувство защищенности, поскольку обзор становится лучше, что повышает контроль над ситуацией [8, с. 135].

Именно такие черты античного театра можно заметить и в современной Тюмени.

В качестве примера назовем музейный комплекс им. Ивана Яковлевича Словцова. Музейный комплекс им. И.Я. Словцова — один из крупнейших музеев Тюменской области. В структуре музея есть амфитеатр, который способен разместить до 250 человек.

Изначально амфитеатр понимался как монументальное здание для зрелищ (боев гладиаторов, травли диких зверей, театрализованных представлений). Амфитеатры представляли собой грандиозные эллипсовидные в плане сооружения, без крыши, с ареной посередине, окруженные местами для зрителей повышающимися уступами. В настоящее время амфитеатр представляют как места для зрителей в закрытых помещениях, расположенные дугообразными незамкнутыми ярусами (в театрах, кинотеатрах, аудиториях) или вокруг круглой арены (в цирке) [1].

Амфитеатр музея им. И.Я. Словцова по устройству напоминает античный: оркестра — сцена для выступлений и места для зрителей, расположенные по кругу и под наклоном. Амфитеатральное решение зрительских мест можно считать наиболее демократическим, так как при этом все места практически равноценны. Имеются удобные проходы между сиденьями, сконструированные таким образом, чтоб не мешать остальным зрителям в зале.

Примечательно то, что позади зрителей имеются темные шторы, напоминающие занавес, которые могут задвигать и раздвигать, в зависимости от необходимой освещенности зала. А благодаря хорошо продуманной акустике каждый зритель имеет возможность четко слышать спикера (выступающего) на сцене.

Амфитеатр используют для проведения различных лекций, форумов, собраний и т.д. Например, уникальная презентация и показ киноальманаха «Живые мемории», созданные при поддержке Фонда президентских грантов и более 10 музеями по всей стране, Международный кинофестиваль «НОЛЬ+», кинолекторий, музыкальный лекторий «Жизнь музыки», проект «Музейный лекторий» и множество других.

Идея открытого театрального пространства воплощена в международном фестивале уличных театров «Сны улиц». Сама идея фестиваля пришла в современную культуру из Древней Греции. Именно во время фестивалей в честь бога Диониса (сельские и городские Дионисии и Ленеи) в Афинах проходили театральные состязания. Из фестивального характера театральных состязаний в античной Греции вышли такие понятия современной театральной культуры, как театральный сезон, театральная премия.

Фестиваль «Сны улиц» проводится с 2005 года и представляет все разнообразие жанров уличных перформансов. С 2014 года фестиваль путешествует по муниципальным образованиям Тюменской области, каждый год добавляя новый пункт на карте: Тобольск, Ишим, Ялуторовск, Заводоуковск, поселок Боровский, село Каскара и село Ембаево [6].

Данный фестиваль общедоступен, и любой зритель может насладиться зрелищем и стать участником действия, как это было в Древней Греции.

Как организатор фестиваля уличных театров «Сны улиц» выступает театр «Мимикрия», начавший свою жизнь в мае 2003 года. В репертуаре театра сценические и уличные спектакли. «Мимикрия» является родоначальником жанра пантомимы и уличного театра в Тюменской области. Коллектив находится в постоянном поиске новых средств и форм самовыражения, экспериментирует на стыке пластического жанра и других видов

искусств. Визитной карточкой театра является интерактивное взаимодействие с публикой и импровизация.

В России и за рубежом театр известен также как организатор Всемирного фестиваля молодежных театров «Театральная революция» (2007–2019), образовательного проекта «Экспериментальная сцена» (2013–2016). Театр «Мимикрия» — неоднократный лауреат международных и российских фестивалей, дипломов за продвижение и развитие театрального искусства [3].

Еще один пример — передвижной театральный комплекс «Театральная кибитка». Театральная кибитка — обособленный, автономный театр «на колесах», призванный вывезти театральное искусство за пределы областных центров. Своей целью театр называет возрождение жанра площадного театра и популяризацию театрального искусства среди граждан всех возрастов.

Театральная кибитка планирует «колесить» по югу Тюменской области, разворачивая показы полномасштабных спектаклей вне театральных залов, на улицах и площадях небольших населенных пунктов. Созданный «театральной кибиткой» спектакль включает в себя всю жанровую палитру уличного площадного театра (кукольный, теневой и др.).

В результате таких гастролей жители небольших населенных пунктов смогут разнообразить и обогатить свой досуг, а также познакомиться с нестандартной формой театрального искусства, такой как площадной театр. Данный проект поможет обеспечить доступность культурных благ для всех граждан, поспособствует формированию высокого уровня культурной среды, а также создаст жанровое разнообразие в театральном предложении [4].

Подводя итог, следует отметить, что театр, как и другие виды искусства, отражал свое время, человеческую среду, социальную структуру и потребности общества. Театральное искусство находило своих почитателей с древних времен. Проходили столетия, появлялись новые жанры и новые амплуа, менялась мода на постановки, но во все времена театр оставался одним из самых любимых зрелищ, и представления с участием талантливых исполнителей становились настоящим событием [8].

На каждом этапе исторического развития разрабатывались новые предложения, которые, нередко опрокидывая сложившиеся традиции, выражали принципиальный взгляд на некоторые явления. И даже сейчас, в современном мире, зачастую можно обнаружить «следы» античной истории, которые проявляются в архитектуре, деятельности различных театров и театральных коллективов, в многообразии и специфике постановок, способах представления и восприятия театра.

Библиографический список

1. Амфитеатр : архитектурный словарь // Словари, энциклопедии и справочники. — 2010–2021. — Текст : электронный. — URL : <https://slovar.cc/stroit/arhitekt/2483472.html> (дата обращения : 29.03.2021).
2. О происхождении театра в Европе : ритуал, пространство, музыка : лекция Дмитрия Трубочкина // Studio MAMT. — 2020. — Изображение : электронное — URL : <https://www.youtube.com/watch?v=H0740ZNTnSI> (дата обращения : 22.03.2021).
3. О театре // Театр Мимикрия. — Текст : электронный — URL : <http://xn--7sbooaannb0bgoc5q.xn--p1ai/o-teatre/> (дата обращения : 29.03.2021).
4. Передвижной театральный комплекс «Театральная кибитка» // Фонд Президентских грантов. — Москва, 2021. — Текст : электронный — URL : <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/public/application/item?id=330ec38d-1927-4d63-a8f6-62b92c9749c5#winner-summary> (дата обращения : 29.03.2021).

5. Словарь крылатых слов и выражений : новое — это хорошо забытое старое // Словари и энциклопедии на Академике. — Академик, 2000–2021. — Текст : электронный — URL : <https://bit.ly/3ryk7WE> (дата обращения : 22.03.2021).
6. Сны улиц // Театр Мимикрия. — Текст : электронный — URL: <http://xn—7sbooaannb0bgoc5q.xn—p1ai/sny-ulits/> (дата обращения : 29.03.2021).
7. Трубочкин Дмитрий Владимирович // ГИТИС : Российский институт театрального искусства. — Москва, 2015. — Текст : электронный — URL : https://www.gitis.net/teatrovedchesky/item/trubochkin-dmitrij-vladimirovich?category_id=27 (дата обращения : 22.03.2021).
8. Ширчков, Е. В. Городской амфитеатр в общественном пространстве современных российских городов / Е. В. Ширчков // Приволжский науч. журн. — 2018. — № 1. — ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский гос. ун-т им. Н. П. Огарева», 2018. — Текст : электронный — URL : <https://e.mail.ru/attach/16166955860297535264/0%3B3/?folder-id=0&x-email=ivostr%40mail.ru> (дата обращения : 29.03.2021).

Сведения об авторах

Вострых Валентина Евгеньевна, студент кафедры социально-культурной деятельности культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, бакалавриат, Тюмень, Россия, ivostr@mail.ru

Соколова Наталья Павловна, старший преподаватель кафедры истории, искусствоведения и музейного дела Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия, npsokolova@yandex.ru

Vostrykh Valentina Evgenievna, student of the Department of Social and Cultural Activity of Culturology and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, bachelor's degree, Tyumen, Russia, ivostr@mail.ru

Sokolova Natalya Pavlovna, Senior Lecturer of the Department of History, Art Criticism and Museum Affairs of Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, npsokolova@yandex.ru

УДК 069 (091)

О.Н. Гауч

O.N. Gauch

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРЫ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ ТЮМЕНСКОГО РЕГИОНА

ETHNOGRAPHIC MUSEUM AS ONE OF THE FORMS OF PRESERVING THE CULTURE OF THE INDIGENOUS PEOPLES OF THE TYUMEN REGION

Аннотация. В статье определяется роль этнографического музея в сохранении культуры малочисленных народов Севера. Рассматриваются разновидности этномузеев в Тюменском регионе: музей под открытым небом, музей-парк, музей-ресторан. Приведены названия музеев и охарактеризована их деятельность.

Ключевые слова: музей, этнографический музей, музей-парк, музей-ресторан, музей под открытым небом, этические культуры, малочисленные народы Севера.

Annotation. The article defines the role of the ethnographic museum in preserving the culture of the indigenous peoples of the north. Varieties of ethnomuseums in the Tyumen Region are considered: an open-air museum, a museum-park, a museum-restaurant. The names of museums are given and their activities are characterized.

Keywords: museum, ethnographic museum, museum-park, museum-restaurant, open-air museum, ethical cultures, indigenous peoples of the North.

В последние годы возрастает внимание к феномену музея, расширяется количество и тематика музееведческих исследований. В первую очередь, это касается этнографических музеев как наименее представленных и изученных по сравнению с другими типами музеев. В современном обществе этнографический музей рассматривается как социокультурный институт, предназначенный для сохранения, изучения и трансляции историко-культурного наследия этнических групп. Во многих странах мира возрастает роль этнографических музеев в сфере туризма, т.к. посещение музеев данного типа позволяет не только увидеть памятники в окружении живописного ландшафта, но и участвовать в культурных акциях, фольклорных праздниках или развлекательных мероприятиях, что является оптимальным для знакомства туристов с новыми местами и получения новых впечатлений.

Тюменский регион — регион с богатой историей. В Тюменской области проживают представители разных национальных культур: ненцы, ханты, манси, селькупы и сибирские татары. Предметы культуры и быта этих народностей легли в основу многочисленных коллекций этнографических музеев.

На югорской земле еще до прихода русских поселенцев существовала своя уникальная культура со своей религией, традициями, ремеслами. Затем многое изменилось: культура России сплелась с культурой Югры, и жизнь коренных народностей изменилась кардинально: их культура и ценности были преданы забвению, во многом русифицировались. Процесс русифицирования удалось обратить вспять, и те традиции, которые формировались веками, получили второе рождение. Одним из «очагов» этого процесса стал поселок Аган Нижневартовского района, где в 2008 году был организован районный центр национальных промыслов и ремесел, в состав которого вошел также музей, существовавший здесь с 1996 года. Официальное открытие Аганского этнографического музея-театра состоялось в феврале 1996 года. Идея возникновения музея принадлежит его основателю Фекле Семеновне Бондаренко. В основу создания музея легла задача возрождения, сохранения и развития традиционной культуры аганских ханты и лесных ненцев [3].

На рубеже XX–XXI вв. на территории региона развивалась активная деятельность по сохранению культурных ценностей коренных народов Севера, а также развитию туристической индустрии края. Этому способствовало появление нетрадиционных типов этнографических музеев: музеев под открытым небом, музей-театр, музей-ресторан. Наиболее распространенными типами музеев на территории Тюменского региона являются музеи под открытым небом. Одним из первых музеев под открытым небом был Нижневартовский этнографический музейный комплекс имени Тимофея Дмитриевича Шуваева — правопреемника городского краеведческого музея, который был создан на общественных началах и открыт 4 ноября 1972 года в двухэтажном деревянном здании [4].

Музей проводит обзорные и тематические экскурсии как в музее, так и по городу, лекции, викторины, семейные игры, творческие встречи на базе музея, научные консультации, поиск исторических документов. В музее проводят лекции и беседы по темам: «Духовная культура ваховских ханты, их обряды и праздники», «Культура и быт коренного населения», «Прикладное творчество ханты», «Ваховская береста», «Природа нашего края», «Проблемы экологии и современности», «Флора и фауна региона», «Энергия века», «Путешествие в Древнюю Югру», «История возникновения земского тракта, конец XIX — начало XX в.» и другие. Детям будет интересно увидеть великолепно сделанные чучела редких зверей и птиц, уникальные коллекции археологии, палеонтологии и геологии, «побывать» на стойбище оленевода. К наиболее ценным коллекциям относятся коллекция художественных работ и ДПИ местных художников и художников городов региона, коллекция нумизматики, этнографическая коллекция русских и ханты, коллекция документов и фотографий по истории края, естественно-научная коллекция.

Следующий не менее известный музей — Ханты-Мансийский этнографический музей под открытым небом «Торум Маа» («Священная земля») — был основан в 1985 году по инициативе представителей ханты-мансийской интеллигенции Ювана Шесталова и Еремея Айпина [1]. Данный этнографический музей имеет статус музея-заповедника, т.к. экспозиции музея хранят не только историю культуры народов, но и отражают особенности природных массивов региона.

Хотелось бы отметить и Лянторский этнографический музей, который возник на территории древнего родового поселения семьи Востокиных в

излучине реки Вачим-яун [5]. Это место является традиционным для проживания представителей пимских ханты. Данная самобытная общность обских угров, сформировавшихся в бассейне реки Пим, принадлежит к восточной ветви финно-угорской языковой группы, сообщество сугрутских ханты. Их культура уникальна по своему диалекту, особенностям традиционного быта и уклада. В сохранении и пропаганде последней музей видит свою задачу и назначение. Постройки, дающие представление о традиционной культуре, быте и хозяйственной деятельности ханты реки Пим: деревянные срубные избы, являющиеся сезонными жилищами; хозяйственные и священные лабазы на фигурных столбах; хозяйственные навесы; загоны для животных; хлебные печи и т.д.

Одной из разновидностей этнографических музеев является музей-парк — Историко-этнографический музей-парк под открытым небом в г. Пыть-Ях расположен в живописном месте южной части города в уникальном природном ландшафте и представлен в виде архитектурного комплекса летней усадьбы юганских ханты [5]. Создан по инициативе Галины Петровны Марченко, был открыт 7 июля 2001 г. Экскурсия «Юганские ханты: быт, культура» включает осмотр летней усадьбы юганских ханты, жилой избы, навесов, лабазов. Знакомство с традиционным укладом жизни: с промысловой деятельностью, мастерством изготовления изделий, одежды, предметов быта, орудий лова.

К смешанным типам музеев на территории Тюменского региона можно отнести Эколого-этнографический музей в г. Радужный. Под названием «Эколого-этнографический» музей был зарегистрирован 24 октября 2000 г. [6]. До этого момента музей существовал под названием «Нефтяной край — судьба моя» и был открыт в 1989 г. при Доме пионеров. Инициатором создания музея был Геннадий Рудольфович Волков — педагог, энтузиаст краеведения. Небольшая экспозиция музея содержала этнографический раздел — национальную одежду ханты и ненцев, хозяйственную утварь, приспособления для охоты и рыбной ловли. Были представлены материалы о работе промысловой артели пос. Варьеган 40–50 гг. XX века, фотографии Н. Старовартовского, иллюстрирующие быт ненцев и ханты.

Наиболее интересна коллекция «Куклы древнего Агана». Музей также имеет направление на сохранение, развитие и пропаганду традиционных промыслов и ремесел, возрождение утраченных самобытных технологий по изготовлению национальных предметов быта, одежды, изделий декоративно-прикладного творчества и сувениров. В 2008 году на базе музея открыты мастерские, которые ведут работу по сохранению и развитию национальных промыслов и ремесел на территории всего района. Через театрализованные постановки народных обрядов, обычаев, проведение национальных праздников достигается возрождение интереса жителей поселка и гостей музея к забытым традициям и понятие уникальной культуры народов Севера. На базе музея была инсценирована свадьба ханты по всем традициям народа, состоялась красочная театрализация национального обряда рождения ребенка. На протяжении всего существования музей проводит национальные праздники «Прилет Серой Вороны», «Праздник охотника и оленевода». При проведении массовых мероприятий сотрудники музея привлекают взрослых, детей, пенсионеров, молодые семьи. Эта связь способствует сохранению традиционной культуры: ее обычаев, легенд, обрядов [6].

К сравнительно молодым типам этнографических музеев относятся музей-театры и музей-рестораны, которые также появились на территории Тюменского региона.

Этнографический музей-театр — это такой тип этнографического музея, где посетители знакомятся с экспозициями в рамках театрализованных постановок, тем самым возвращая артефакты фольклора в повседневную жизнь местного населения. На территории Тюменского региона к таким типам музеев можно отнести Аганский этнографический музей-театр. Сотрудники этнографического музея-театра активно занимаются разработкой программы по работе с туристами. В ее основе — обширный репертуар местных носителей фольклора. Как показала практика, для российских и зарубежных туристов особенно привлекательны театрализованные представления аборигенов. В обширном репертуаре Аганского музея-театра лучшие образцы фольклорного искусства аборигенов, уходящие своими корнями в глубокую древность. Ежегодно он значительно обновляется. Последняя работа музейщиков — театрализованное представление «Обряды и легенды реки Аган» — получила высокую оценку жюри на окружном биеннале музеев автономии и России. Сотрудники аганского музея привлекают к участию в театрализованных представлениях местных носителей фольклора. Исполняют песни коренных народов Севера, архаичные легенды, сценки из медвежьих игрищ. Практикуют проведение свадеб по древним хантыйским обрядам. Аганский музей-театр располагает большим количеством национальных костюмов. Местные мастерицы шьют их ко всем постановкам. Платья, сахи и другие наряды кроют по бабушкиным лекалам. Украшают древними орнаментами из бисера. Особой популярностью пользуются кожаные сумки, изделия из бисера и национальная обувь. Привлекателен аганский музей для туристов и тем, что здесь можно познакомиться с архитектурными памятниками старины. Все традиционные постройки на музейное стойбище перевезены со стоянок аборигенов. В 1992 году был заложен фундамент аганского музея. Уже через четыре года он принял первых посетителей. Сегодня аганский музей известен не только в автономии, но и далеко за его пределами. Сюда часто приезжают как российские, так и иностранные туристы. В программу по работе с туристами аганские музейщики включили раздел по изготовлению сувенирной продукции, а также традиционных изделий быта, востребованных коренными народами Севера Нижневартовского района и автономии [4].

Следующий тип этнографического музея — ресторан-музей. Цель таких музеев — не только познакомить посетителей с культурой и бытом народа, но и с особенностями национальной кухни [1].

На территории г. Тюмени расположен один из таких ресторанов-музеев — этнографический ресторан-музей «Чум». Данный ресторан-музей предлагает каждому посетителю перед приемом пищи пройти священный ритуал очищения души и тела и потом только отведать классические блюда народов Югры. В ресторане-музее «Чум» осуществлен смелый проект сочетания высококлассного ресторана и полноценной музейной экспозиции. На строгой научной основе была разработана концепция музея и определен круг необходимых экспонатов, представляющих культуру народов ханты и манси. В ходе целевых экспедиций собраны подлинные предметы этнографии, многие из которых являются сегодня раритетами. Размещение предметов в экспозиции, текст увлекательной экскурсии, информация о воз-

можных праздничных мероприятиях с этническим колоритом, рекомендации по использованию орнаментальных сюжетов в антураже ресторана и униформе персонала также вошли в сферу предоставленных «Museum-студия» услуг [2].

В XX веке в современной этнографической науке большое внимание уделяется изучению и сохранению культурного наследия этнических групп, а также ведется работа по знакомству с памятниками культуры не только местного населения, но и приезжего. Реализация данной работы получила активное распространение в области туризма, а именно в познавательной сфере. В России и за рубежом разрабатываются новые формы и приемы познавательного туризма. Одной из форм познавательного туризма является этнографический туризм, цель которого — посещение этнографического объекта для познания культуры, быта и традиций народа, этноса, проживающего на определенной территории. К таким этнографическим объектам относятся музеи различного типа: этнографические музеи под открытым небом, этнографические музеи-парки, музеи-заповедники, музеи-рестораны, музеи-театры и другие [7].

На территории Тюменского региона большое распространение получили такие типы этнографических музеев, как музеи-парки под открытым небом, музеи-заповедники под открытым небом, которые должны рассматриваться в качестве средоточия культуры и отправной точки для знакомства туриста со страной или регионом.

Библиографический список

1. Музейные учреждения муниципальных образований автономного округа. — URL : <http://www.hmao-museums.ru/> — Режим доступа : для авториз. пользователей.
2. Музейные учреждения муниципальных образований автономного округа. Этнографический ресторан-музей «Чум». — URL : <http://maxim-rest.ru/zavedeniya/restoran-muzei-chum/> — Режим доступа : для авториз. пользователей.
3. Музеи России. Аганский музей-театр». — URL : <http://museum.ru/M3038> — Режим доступа : для авториз. пользователей.
4. Музеи России. Историко-этнографический парк-музей под открытым небом. — URL : <https://www.culture.ru/institutes/5910/istoriko-etnograficheskii-muzei-park-pod-otkrytym-nebom> — Режим доступа : для авториз. пользователей.
5. Музеи России. Лянторский этнографический музей. — URL : <http://lhem.ru/> — Режим доступа : для авториз. пользователей.
6. Музеи России. Эколого-этнографический музей. — URL : <https://www.culture.ru/institutes/12213/ekologo-etnograficheskii-muzei-bibliotekno-muzeinogo-centra> — Режим доступа : для авториз. пользователей.
7. Решетников, Н. И. Музееведение : курс лекций / Н. И. Решетников. — Москва : МГУКИ, 2000. — Ч. 1.

Сведения об авторе

Гауч Оксана Николаевна, канд. филол. наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности, культурологии и социологии, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, ongauch@mail.ru

Gauch Oksana Nikolaevna, Candidate of Philology. Sciences, Associate Professor of the Department of Social and Cultural Activities, Culturology and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, ongauch@mail.ru

УДК 339.137.22

*А.А. Евдокимов, Е.А. Савицкая**A.A. Evdokimov, E.A. Savitskaya*

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЛЕЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В ГОРОДЕ ТЮМЕНЬ

ON THE ISSUE OF ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF HOTELS PROVIDING HEALTH SERVICES IN THE CITY OF TYUMEN

Аннотация. В статье отмечается, что главной целью любого коммерческого предприятия является получение максимальной прибыли. Это необходимо для его развития, без которого невозможно составлять долгосрочное планирование.

Ключевые слова: конкурентоспособность, гостиничный бизнес, оздоровительные услуги, спа-услуги.

Annotation. The article notes that the main goal of any commercial enterprise is to maximize profits. This is necessary for its development, without which it is impossible to make long-term planning.

Keywords: competitiveness, hotel business, health services, spa services.

Понимать и оценивать свое место на рынке предприятию крайне важно. Зная свои возможности по сравнению со своими конкурентами, зная какие услуги превосходят, а какие уступают, предприятие может составить эффективную программу развития.

Касается это в том числе и гостиничных предприятий. Коллективные средства размещения в рассматриваемом аспекте достаточно обширны и требуют глубокой оценки, так число предоставляемых услуг может исчисляться сотнями.

Эта тема является актуальной, потому что развитие СПА-услуг на гостиничных предприятиях позволяют увеличить количество клиентов, что, в свою очередь, и повышает конкурентоспособность всего региона, что является целью новой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма» [1].

Среди отобранных объектов исследования — парк-отель «ЛетоЛето», бизнес-отель «Евразия», а также санаторий «Сибирь». Основным критерием отбора является место СПА-услуг, занимаемых в рекламной кампании.

Как видно на графике, до начала пандемии в 2020 году наблюдал-





ся рост числа людей, пользующихся услугами гостиниц [3]. Соответственно, мы можем предварительно сказать о высокой конкуренции на рынке гостиничных услуг, о чем говорят нам и другие данные.

На данном графике мы видим изменение (рост) в динамике количества гостиниц на региональном рынке, что также свидетельствует об усилении конкуренции между гостиничными предприятиями [3].

К наиболее приоритетным направлениям развития туризма относятся медицинский и санаторно-курортный туризм, которые стоят на 2-м и 3-м месте. Соответственно, можно предположить, что регион заинтересован в том, чтобы развивать оздоровительный туризм в особом порядке. И действительно, Тюменская область обладает широким набором факторов и ресурсов для развития санаторно-курортных комплексов. Но многие оздоровительные услуги, например, услуги СПА, предоставляют не только в санаторных организациях, они также могут предоставляться и в отелях [1].

Вместе с тем оказание гостиничных услуг сопряжено с большим количеством правил и указаний. В первую очередь, необходимо правильно зонировать СПА-центр, который находится в гостинице. Как минимум, необходимо разделять «влажную», «сухую» зоны; зоны релаксации, ожидания; функциональную, административную зоны; «эстетическую» зону и СПА-бар. Все эти зоны требуют отдельных помещений или даже групп помещений, что, конечно, требует большого пространства. Поэтому для достижения высокого уровня качества услуг необходимо планирование и утверждение нормативной документации, которая устанавливает требования и рекомендации для СПА-услуг. Данный аспект должен постоянно подвергаться контролю со стороны управляющего персонала.

СПА-услуги — это услуги общеоздоровительного, косметического и/или релаксирующего характера, оказываемые в условиях высокой комфортности и относящиеся к одной или нескольким СПА-технологиям [2]. Более того, указанные процедуры должны соответствовать современным трендам и научным достижениям медицины, косметологии. Именно данный аспект позволяет стать наиболее успешным. Также немаловажную роль играет и персонал, который, безусловно, должен соответствовать всем стандартам качества.

Также необходимо уточнить, что СПА-услуги, оказываемые в гостиницах, не обязаны проходить обязательное лицензирование, исключением здесь являются СПА-услуги медицинского характера. Но есть возможность пройти добровольную сертификацию в любой сертификационной системе, установленной Росстандартом. К ним относятся: «ЕАС Audit» и «Система качества ЕАС» [6].

Конкурентоспособность будет оцениваться по трем направлениям: конкурентоспособность услуг, финансовое состояние предприятия и эффективность маркетинговой деятельности.

Парк-отель «ЛетоЛето» существует на рынке туризма уже три года. И стал за это время достаточно известным брендом. Главной особенностью отеля является прилегающий к отелю аквапарк, который является одним из

самых крупных крытых аквапарков России. При оценке услуг, в первую очередь, необходимо уделить внимание, конечно же, услугам проживания.

Корпус отеля представляет собой здание из 8 этажей. Общий список номеров составляет 187. Все они обладают современным качественным дизайном, высоким уровнем комфорта. Особо отмечается просторная ванна с подогревом пола. Номера, как и инфраструктура всего отеля, отвечают требованиям, установленным для отелей категории 4 звезды. Если провести здесь небольшой промежуточный итог, то именно услуги проживания выполнены на достаточно высоком уровне. Об этом говорят и отзывы клиентов, оставленных на сервисе Booking.com.

СПА-услуги проводятся в форме оздоровительных и классических массажей, скрабирование, пилинги, обертывания, комплексные процедуры с общеукрепляющим восстановительным эффектом. Весь СПА-комплекс был открыт в 2020 году и включает в себя морской бассейн с пул-баром, ароматическими и контрастными джакузи, зоны отдыха и открытый летний пляж. Помимо всего этого на территории отеля имеется натуральный минеральный источник из собственной скважины. Глубина скважины составляет 1248 метров, степень минерализации установлена в районе 8,33–8,97 г/дм³ [9].

Качество услуг находится на достаточно хорошем уровне, об этом говорят как современные технологии, которые применяются на процедурах, так и подавляющее количество положительных отзывов.

Средняя стоимость услуг проживания и СПА-услуг составляет около 4000 рублей.

Бизнес-отель «Евразия» является достаточно старым отелем в Тюмени и потому имеет достаточно длительную историю. Шестиэтажный корпус отеля отличается своеобразными архитектурными особенностями: арочные колонны на входе, стеклянные фасады, ресторан на крыше. Жилой фонд рассчитан на 87 номеров разной категории. Интерьеры выполнены в классическом стиле. И каждый номер оснащен стандартно для отеля категории 4 звезды.

СПА-услуги оказываются в форме сауны, хамама, джакузи с теплой и прохладной водой, душа впечатлений, ледяного фонтана. Также разработаны программы ухода за телом и лицом, работает SPA-капсула, салон красоты. Создан зимний сад, в котором создается атмосфера релакса [10].

Средняя стоимость услуг составляет от 4000–5000 рублей за СПА-услуги и проживание.

В целом отзывы относительно СПА-услуг варьируются от восхищенных клиентов, которые готовы вернуться в отель еще раз, до тех, кто недоволен устаревшим интерьером отеля и особенно комнат, в которых проводятся СПА-услуги.

Санаторий «Сибирь» расположен в 30 км от Тюмени. Санаторий имеет официальную категорию 4 звезды и включает 4 коттеджа и 2 основных корпуса. Главным корпусом является 5-этажное здание, в котором расположено 123 номера повышенной комфортности, СПА-комплекс и конференц-центр.

Жилые помещения отделаны в основном деревом и имеют выдержанный классический стиль. Санаторий обладает множеством категорий номеров, от стандартных, представленных в большинстве отелей, до различных студий.

СПА-услуги, как можно предположить, имеют весьма широкий спектр. Это 3 закрытых бассейна, включая минеральный из собственной скважины

($t=27-33^{\circ}\text{C}$). 3 сауны — традиционная, ароматическая и инфракрасная, зоны гидромассажа, каскадные души [8].

Средняя стоимость комплекса услуг за одну ночь составляет от 5000–6000 рублей, что является самым высоким показателем. Относительно отзывов санаторий обладает почти безупречной репутацией, негативные отзывы почти отсутствуют, более того, современные технологии также позволяют привлекать множество клиентов.

Таким образом, направления финансового состояния, маркетинговой деятельности будут оценены в дальнейшей ВКР.

По результатам исследования были сделаны следующие выводы:

1. Наибольшей конкурентоспособностью обладает именно санаторий «Сибирь». Это основано на множестве факторов, главным из которых является именно спецификация учреждения на оздоровительных услугах.

2. Наименее успешным оказался бизнес-отель «Евразия». Несмотря на рекламную кампанию, отелю не удастся набрать необходимый уровень качества СПА-услуг.

3. Развитие гостиничной индустрии в городе Тюмень имеет достаточно высокие темпы в разработке дополнительных услуг, которые включают не только проживание, но и другие: оздоровительные, косметические и так далее, что только способствует повышению конкурентоспособности в области туризма всего региона. А это создание дополнительных рабочих мест, привлечение инвестиций, что ведет за собой и рост экономики области в целом.

Библиографический список

1. Об утверждении государственной программы Тюменской области «Развитие внутреннего и въездного туризма» и признании утратившими силу некоторых нормативных правовых актов [сайт] : [Постановление Правительства Тюменской области от 14 дек. 2018 г. № 489-п] // Официальный портал органов государственной власти Тюменской области. — URL : https://admtyumen.ru/ogv_ru/finance/more_program.htm?id=1273@egTargetGrant (дата обращения : 01.10.2021).
2. ГОСТ Р 55321-2012. Услуги населению. СПА-услуги. Общие требования : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 нояб. 2012 г. № 1605-ст : введен впервые : дата введения 2014–01–01 / разработан Закрытым акционерным обществом «Институт региональных экономических исследований» (ЗАО «ИРЭИ») при участии Некоммерческого партнерства «Международный совет по развитию индустрии спа и велнес» при поддержке Общества с ограниченной ответственностью «Издательство КОСМЕТИК интернешнл» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. — URL : <https://docs.cntd.ru/document/1200102565> (дата обращения : 01.10.2021).
3. Управление Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре и Ямало-Ненецкому автономному округу : оф. сайт. — Тюмень. — URL : <https://tumstat.gks.ru/> (дата обращения : 01.10.2021).
4. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Изд-во Юрайт, 2021. — 297 с. — ISBN 978-5-534-14414-7 // Образовательная платформа Юрайт : сайт. — URL : <https://urait.ru/bcode/477769> (дата обращения: 01.10.2021).
5. Николенко, П. Г. Организация гостиничного дела : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Ключева. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 449 с. — ISBN 978-5-534-10614-5 // Образовательная платформа «Юрайт» : сайт. — URL : <https://urait.ru/bcode/475778> (дата обращения : 02.10.2021).
6. Салько, Д. А. Аспекты качества производства SPA-услуг в гостиничном предприятии / Д. А. Салько // Научная электронная библиотека eLibrary.ru : сайт. — URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44234234> (дата обращения : 03.10.2021).

7. Агентство продвижения и туризма Тюменской области VisitTyumen : сайт // VisitTyumen. — URL : <https://visittyumen.ru/> (дата обращения : 06.10.2021).
8. «SIBERIA RESORT & SPA» / «СИБИРЬ РЕЗОРТ И СПА» санаторий : сайт // алеан. — URL : https://www.alean.ru/rossiya/tyumenskaya_oblast/tyumen/siberia_resort__spa__sibir_rezort_i_spa_sanatorij/ (дата обращения : 05.10.2021).
9. «ЛетоЛето» Термал Резорт & СПА : сайт // Алеан. — URL : https://www.alean.ru/rossiya/tyumenskaya_oblast/tyumen/letoleto_termal_rezort_spa/ (дата обращения : 06.10.2021).
10. «Евразия» бизнес-отель : сайт // Алеан. — URL : https://www.alean.ru/rossiya/tyumenskaya_oblast/tyumen_gorod/evraziya_biznes_otel/ (дата обращения : 07.10.2021).

Сведения об авторах

Евдокимов Александр Александрович, студент 4 курса, направление 43.02.03 «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, alex.cry.2000@gmail.com

Савицкая Елена Александровна, канд. экон. наук, доц. кафедры музейных технологий, истории и туризма Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия.

Evdokimov Aleksandr Aleksandrovich, 4th year student of the direction 43.02.03 "Tourism", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, alex.cry.2000@gmail.com

Savitskaya Elena Alexandrovna, Ph.D. economy Sciences, Assoc. Department of Museum Technologies, History and Tourism, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 304

*С.А. Жаркова, Д.А. Бондарчук**S.A. Zharkova, D.A. Bondarchuk*

СОВРЕМЕННЫЙ ЧЕЛОВЕК В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

MODERN MAN IN THE ERA OF DIGITALIZATION

Аннотация. В статье рассматривается дефиниция «цифровизация». Приводится пример электронной информационно-образовательной среды вуза как составной части цифровизации. Авторы акцентируют внимание на преимуществах цифровизации и приходят к выводу, что, несмотря на положительные стороны, часто проявляются и отрицательные последствия.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, электронная информационно-образовательная среда.

Annotation. The article discusses the definition of digitalization. An example of the electronic information and educational environment of a university as an integral part of digitalization is given. The authors focus on the advantages of digitalization and come to the conclusion that despite the positive aspects, negative consequences often manifest themselves.

Keywords: digitalization, digital technologies, electronic information and educational environment.

В конце XX века в мире начали говорить о технологиях и цифровой экономике. Спустя несколько десятков лет и интернет, и мобильный телефон, и технологии «умный дом» стали для нас привычным явлением. В результате компьютерная техника, интернет, мобильные технологии, которые развиваются на цифровой основе, предоставляют множество преимуществ в решении различных задач. Современное поколение перешло на ступень цифровизации.

Что же такое цифровизация? Можно определить в нескольких значениях. В буквальном смысле слова под цифровизацией мы понимаем такое преобразование информации, когда она приобретает цифровое выражение (записывается посредством определенных операций с числами). Именно это является основной точкой цифровых технологий, которые представляют собой совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата с использованием информации, выраженной в цифровом формате.

Если рассматривать прикладной аспект, то можно обозначить следующую позицию, что цифровые технологии создаются для решения практических задач в различных сферах общественной жизни (промышленность, экономика, наука, образование, культура). В частности, оптимизируется работа всех видов технических и социальных систем, снижаются производственные затраты, экономятся ресурсы и время. Наряду с этим появляются

ся новые виды трудовой и творческой деятельности, которые становятся неотъемлемой их частью.

В цифровом обществе происходят серьезные качественные преобразования. Они приносят как положительные, так и отрицательные изменения (и трудно сказать, какие из них преобладают). Однако важно то, что цифровизация по своей природе является объективным процессом, положительные результаты которого желательно использовать. Принимая во внимание как положительные, так и отрицательные результаты цифровизации, трудно недооценить преимущества, которые в конечном итоге обеспечивает «цифровое общество». Все это достаточно ярко проявляется, например, в таких сферах общественной жизни, как экономика, наука, образование, медицина и пр.

Целесообразно было бы считать, что основными преимуществами цифровизации являются простота, точность, скорость производства и получения товаров, услуг и всех видов информации. Это также более эффективная организация рабочего процесса и повышение производительности труда, хранение данных в электронном формате и избавление от обилия бумажной документации, расширение возможности для анализа и прогнозирования и, наконец, минимизация влияния человеческого фактора. Так, например, электронная информационно-образовательная среда вуза в период пандемии способствовала получению знаний. Благодаря данной цифровой технологии учебный процесс не прекратился, а приобрел новый формат обучения: взаимодействие преподавателей и студентов в удаленном режиме. К каждой теме можно добавлять различные элементы и ресурсы. Их целевым назначением могут быть: предоставление студентам учебных материалов, организация обратной связи, текущий контроль. Для этого можно использовать следующие элементы и ресурсы: отдельный файл (например, презентация, графический файл), папка, включающая несколько файлов, гиперссылка на какой-либо интернет-ресурс, книга. При организации обратной связи и текущего контроля используют следующие элементы и ресурсы: задание, позволяющее установить время выполнения (при этом студенты могут предоставлять ответы в виде текста, а преподаватель может писать отзывы на задания с помощью комментариев или загружать их отдельными файлами); семинар — данный элемент позволяет накапливать, просматривать, рецензировать студенческие работы и оценивать; опрос, тест, форум, чат можно использовать для организации дискуссии.

Во многих странах в области образования разрабатываются школьные и университетские реформы, направленные на внедрение цифровых технологий в процесс обучения. Как показывают наблюдения в институте культуры, интерактивные занятия и цифровизация эффективны и вызывают интерес среди студентов (доступ к учебным материалам и исследованиям, создание в новых форматах мероприятий и участие в дистанционных формах большого количества студентов).

Внедрение цифровизации повлияло на образ жизни современного человека. В частности, социальные сети стали важной составной этого нового образа жизни, обеспечивая возможность быстрого и легкого общения с широким кругом людей (ВКонтакте, мессенджеры). Для постоянного доступа к интернету и упрощения своей жизни мы приобретаем себе различные гаджеты, умные устройства: смартфоны хранят в себе сотни контак-

тов, GPS-навигаторы строят быстрые маршруты, фитнес-браслеты считают каждый наш шаг и следят за нашей активностью и сном.

Все новые технологии удобны в различных жизненных ситуациях, но чем больше за нас делает цифра, тем меньше мы контактируем с естественной окружающей средой.

Подводя итог, отметим, что цифровые технологии создаются для решения практических задач в различных сферах общественной жизни. Внедрение цифровизации повлияло на образ жизни современного человека. Во многих странах процесс обучения направлен на внедрение цифровых технологий. На примере института культуры мы рассмотрели электронную информационно-образовательную среду как составляющую часть цифровизации.

Сведения об авторах

Жаркова Софья Андреевна, студент 2 курса СПО по направлению «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, 39td39@mail.ru

Бондарчук Денис Александрович, старший преподаватель кафедры социально-культурной деятельности, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, 39td39@mail.ru

Zharkova Sofia Andreevna, 2nd-year student of the SPE in the direction of "Tourism", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, 39td39@mail.ru

Bondarchuk Denis Aleksandrovich, Senior Lecturer of the Department of Social and Cultural Activities, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, 39td39@mail.ru

УДК 009

*Л.Н. Захарова**L.N. Zakharova*

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

FEATURES OF MODERN VALUES

Аннотация. Ценность — это то, что удовлетворяет потребности человека, соответствует его идеалам. Системе ценностей присущи определенные признаки: иерархичность, противоречивость, изменчивость. В начале нового века произошло изменение многих ценностей, касающихся насущных потребностей человека. На изменение повлияла пандемия коронавируса, а также пересмотр семейных ценностей в ряде западных стран.

Ключевые слова: ценности, потребности человека, изменения в ценностях, пандемия коронавируса, семейные ценности.

Annotation. Value is something that satisfies the needs of a person, corresponds to his ideals. System of values are inherent in certain signs: hierarchy, inconsistency, variability. At the beginning of the new century, there was a change in many values relating to the urgent needs of a person. The change was influenced by the coronavirus pandemic, as well as the revision of family values in a number of Western countries.

Keywords: value, needs of a person, change in many values, coronavirus pandemic, family values.

Ценность — это то, что значимо для человека, отвечает его потребностям, запросам, это «явление или предмет духовной или материальной культуры, воспринимаемые оценивающим субъектом в качестве пользы, выгоды, нормы, идеала или блага» [1].

Ценности являются универсалией, постоянной константой бытия людей, в отличие от других видов жизни. Г. Риккерт считал, что культура это и есть ценности, в отличие от природы. Ценность имеет объективно-субъективный характер. Субъектов ценностных отношений много, особенно в современной цивилизации. Объект ценности может иметь как материальный, так и идеальный характер; это могут быть вещи, отношения, связи, феномены культуры. Но объект — это еще не сама ценность. Он становится ценностью только в отношении с субъектом, его мотивацией и деятельностью. Робот успешно применяется в военных действиях для убийства противника, а может помогать человеку в обыденной жизни, освобождая от тяжелого, изнуряющего труда, создавая комфортную жизнь в зависимости от намерения, мотивации деятельности человека.

Человеческие ценности не наследуются от животных, но стихийно рождаются в историческом процессе антропогенеза, во взаимодействии природы, культуры и деятельности человека. Можно предположить, что мысля-

ций человек стал создавать ценности культуры тогда, когда культура создала его разум. Принципы выбора ценностей выработаны мудростью культуры, которая не тождественна мудрости природы. Ценностное отношение возникает на основе разумных субъектов, количество которых в истории возрастает, меняется, усложняется.

Человеку свойственно придание ценности всему, что входит в пространство культуры из мира природы, и всему, что создается самой культурой в виде «второй природы» и в виде различных форм внеприродного, иллюзорного, творимого фантазией небытия.

В результате формируется система ценностей, присущая разным субъектам — как отдельному человеку, так и коллективному субъекту.

Можно выделить несколько особенностей, присущих системе ценностей.

1. Существует иерархия ценностей одного человека и других субъектов ценностных отношений. Описание ее встречается у классика философской антропологии М. Шелера: «Всему царству ценностей присущ особый порядок, который состоит в том, что ценности в отношениях друг к другу образуют высокую “иерархию”, в силу которой одна ценность оказывается “более высокой” или “более низкой”, чем другая. Эта иерархия и разделение на “позитивные” и “негативные” ценности вытекает из самой сущности ценностей и не относится только к известным нам ценностям» [2, с. 305].

Об иерархии ценностей и связанных с ней потребностями писал А. Маслоу.

Автор связал ценности с потребностями, расположив потребности в восходящем порядке от низших, биологических, витальных, до высших, духовных. Внизу пирамиды находятся физиологические потребности, затем появляется потребность в выживании, сохранении жизни, следом идут социальные потребности и духовные, выраженные в самореализации. Удовлетворение каждой из потребностей для субъекта является ценностью.

Сколько потребностей, столько существует и видов ценностей, приоритеты которых зависят от субъекта, его идеалов и предпочтений.

Всякая переоценка — это изменение иерархии ценностей, смена приоритетов потребностей, а также смена «главного» субъекта ценностных отношений.

2. Каждая ценность имеет свою противоположность. Есть «положительные» и «отрицательные» ценности. Истине как ценности познания противостоят ложь и заблуждение. Красоте противостоит безобразное; благу, добру противоположно зло. Критерием «положительных» ценностей является развитие человека, гармонизация его отношений с природой и другими людьми. «Отрицательные» ценности разрушают человека, ведут к его гибели, деградации.

Ценности, как и все в природе и культуре, подчиняются законам диалектики — они борются между собой, одна на какое-то время побеждает другую. В трактате «К генеалогии морали» Ф. Ницше рассматривал «хорошее и плохое», «доброе и злое» как противопоставленные ценности, которые «бились на земле тысячелетним смертным боем».

3. Существуют периоды «переоценки ценностей» в истории культуры. Это, например, стремление русского авангарда в начале XX века порвать с классикой, сбросить ее с «телеги истории». В сфере морали был призыв к молодежи на III съезде комсомола подчинить все ценности «делу строительства коммунизма», разрушить прежние сложившиеся социальные отношения. Резкое изменение традиционных семейных ценностей наблюда-

ются в настоящее время в западной культуре. На пересмотр системы ценностей влияют изменения в природе и социальной жизни, развитие науки и техники, появление новых идеалов, новой идеологии и социальных слоев.

Что характерно для современной системы ценностей? Во-первых, в современной цивилизации субъекты ценностных отношений разнообразны. Это может быть небольшая группа людей, если она объединена общей деятельностью, семья, авторский коллектив ученых, производственная бригада, театральная труппа, оркестр и т.д.

Субъектом ценностных отношений может быть и большая неконтактная социокультурная группа, например, племя, нация, сословие, класс, поколение, политическая партия. И, наконец, человечество в целом как «совокупный субъект» предельного по широте масштаба.

Несмотря на такое разнообразие субъектов, ценности становятся более однородны, чем прежде, они становятся одинаковыми для многих слоев населения, многих групп, которые раньше отличались плюрализмом ценностей, разнообразной мотивацией, «стилем жизни».

Во второй половине прошлого века западные социологи зафиксировали такую особенность современного общества, как кризис мотивации, для которого было характерно падение ценности труда, обязанностей, которые люди должны были выполнять на службе. При этом кризис мотивации характерен был не только для «белых воротничков», но и для других слоев общества. [4, с. 25]. Зато замечен был интерес к сфере свободного времени, развлечениям, спорту. Появилось множество стилей жизни, в зависимости от досуговых предпочтений человека. Эти процессы отмечал и автор теории «постиндустриального общества» Д. Белл. «Труд зачастую рассматривается лишь как средство достижения определенного жизненного уровня, занятия спортом, проявления вкуса в одежде, путешествиях и т.д. Успехи в работе становятся менее важны, чем успехи в стиле жизни, который не связан с социальными параметрами личности» [3, с. 34]. В постиндустриальном обществе главным субъектом ценностных отношений стали «белые воротнички», работники умственного труда. Именно этот слой своим образом и стилем жизни, ценностными мотивациями задавал тон в выборе ценностей и служил примером для других слоев общества. Ценностью для этого слоя был статус, который достигался свободным стилем жизни, интеллектуальными размышлениями, умственным трудом, различными увлечениями. Быть интеллектуалом, принадлежать к «белым воротничкам» было престижно.

Если говорить о главных ценностях современной жизни, то трудно выделить такой ведущий и «главный» слой, на который можно ориентироваться. Пандемия коронавируса внесла коррективы в иерархию ценностей всего человечества. На первый план вышли потребности и ценности первых, низших уровней пирамиды потребностей: ценность жизни, а точнее — выживания, лечения; витальные ценности становятся приоритетными у всех субъектов ценностных отношений. Благом становится само выживание человека в условиях пандемии, безопасная вакцина, медицинская помощь, способность социальной системы обеспечить человеку достойное качество жизни и сама жизнь. И этот приоритет характерен для всех субъектов ценностных отношений. Пандемия и стремление к выживанию сделали образ и стиль жизни человека более однородным, одинаковым, основанным во многом на дистанционном общении, на доступности медицины, способности противостоять пандемии.

Основным субъектом ценностных отношений становится не какой-то отдельный слой или класс, а все человечество. Актуализируются «глобальные ценности», на которые обратили внимание участники «Римского клуба» во второй половине XX века. Глобальные проблемы, свойственные человечеству, касающиеся экологии, демографии, накопления опасного оружия, бедности. В настоящее время список «глобальных» проблем пополнился еще одной — пандемией коронавируса. Миллионы людей, вне зависимости от их социального статуса, возраста, стиля жизни, национальности, становятся жертвами эпидемии.

1. Глобальной проблемой становится проблема выживания, а главной ценностью — сама жизнь.

2. На фоне проблемы выживания происходит обострение проблемы бедности. Необходимый уровень жизни также становится одной из приоритетных задач. Некоторые страны, а также слои населения не могут обеспечить достойную жизнь в новых условиях.

3. В западной культуре идет пересмотр традиционных семейных ценностей. Предлагаемые новые гендерные отношения могут привести к уничтожению, «закату» отдельных народов и культур.

4. Можно сделать вывод, что для современности характерна очередная «переоценка ценностей». Основной ценностью становится витальная потребность жизни, выживания. Человек зависит от природы, как тысячи лет назад, несмотря на технический и научный прогресс.

Если обратиться к иерархии потребностей А. Маслоу, то самыми важными ценностями становятся те, которые связаны с потребностями выживания, сохранения жизни, обеспечения ее безопасности. «Главным» субъектом ценностных отношений становится все человечество.

Библиографический список

1. Григорьева, С. Н. Проблема категории ценностей в философии, психологии, социологии и педагогике / С. Н. Григорьева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 6.2 (110.2). — С. 37–41. — URL : <https://moluch.ru/archive/110/27186/> (дата обращения : 04.02.2021).
2. Шелер, М. Избранные произведения / М. Шелер. — Москва, 1994. — С. 305.
3. Bell, D. The End of Ideology / D. Bell. — Harvard University Press. — 1988. — P. 350.
4. Hinrichs, D. The motivation Crisis. Winding Down and Turning off / D. Hinrichs. — NY, 1974. — P. 260.

Сведения об авторе

Захарова Людмила Николаевна, д-р филос. наук, проф., Тюменский государственный институт культуры, Тюмень, Россия, zaharova40@mail.ru

Zaharova Lyudmila Nikolaevna, Ddoctor of Philosophy, Professor, Department of Socio-Cultural Activity, Cultural Studies and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, zaharova40@mail.ru

УДК 316.72

*Е.М. Зюбанова**E.M. Zyubanova***ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ****FEATURES OF RUSSIAN CULTURE**

Аннотация. В статье говорится о том, что культура во многих сферах жизни нашего общества играет важную роль, в том числе и в образовании. Культура внесла огромный вклад не только в мировое духовное достояние, но и значительно обогатила научное наследие и заложила основы мирового образования и науки. Общество придало устойчивый и в то же время преемственный характер культуре, стало возможным накопление и систематизация духовной культуры, создание и развитие духовно-нравственных ценностей.

Ключевые слова: культура, коллективизм, традиции, многогранность, русская культура, общество.

Annotation. The article says that culture plays an important role in many spheres of life of our society, including education. Culture has made a huge contribution not only to the world's spiritual heritage, but also significantly enriched the scientific heritage and laid the foundations of world education and science. Society has given a stable and at the same time a continuous character to the culture, it has become possible to accumulate and systematize spiritual culture, create and develop spiritual and moral values.

Keywords: culture, collectivism, traditions, versatility, Russian culture, society.

Традиционно русской культуре отведено основное место в мировой цивилизации. Это связано с тем, что в ней нашла свое проявление специфика национального характера и мирозерцания. Она имеет свою динамику развития, что делает ее уникальной, неповторимой и узнаваемой среди подавляющего большинства прочих культур.

Российская культура внесла огромный вклад не только в мировое духовное достояние, но и значительно обогатила научное наследие и заложила основы подъема мирового образования и науки.

В условиях современного мира, где все взаимосвязано, становится очевидным способность культуры преобразовывать общество. Различные проявления культуры, будь то ценные исторические памятники, музеи, обычаи или современные виды искусства, обогащают нашу повседневную жизнь самыми различными способами. Наследие представляет собой неистощимый источник самобытности и содействует сплоченности людей, разрозненных в результате ошеломляющих перемен и экономической нестабильности.

Общество создает условия для социального развития человека, то есть человека как личности. Все это строится, в первую очередь, на принципах

пах свободного выбора человека и его восприятия своей национальной культуры [1, с. 70].

Известный отечественный культуролог и философ Н.Я. Данилевский указывал на самобытность русской культуры и русских людей в целом. В своем философско-историческом труде «Россия и Европа» он указывает на самобытность славян. В частности, он указывал, что только России и также славянскому этносу «можно и возможно равно развить все четыре сферы человеческой деятельности и осуществить полную “четырёхосновную” культуру» [2].

Культура России самобытна и неповторима. Фундамент русской культуры построен на коллективизме. Корни русского коллективизма уходят в крестьянскую общину. Как проявлялся русский коллективизм? Во-первых, это помощь ближнему. Во-вторых, борьба с внешним врагом. Это эффективный объединяющий фактор. Минин и Пожарский сплотили нацию в «смутное» время, народ и дворянство временно отбросили сословные противоречия во время наполеоновского нашествия, испытания Великой Отечественной войны также объединили людей во имя Победы 1945 года. Если на Западе с эпохи Средних веков индивид играл важную роль в обществе, то в России интересы коллектива были выше интересов отдельного индивида. Может, поэтому европейцы так и не понимают русских людей и говорят о «таинственности русской души».

Как указывает исследователь О.С. Крюкова, русская культура творчески переплавляет национальное наследие в новые, универсальные формы [4, с. 630]. В данной связи это свидетельствует о многонациональном культурном пространстве страны. Каждый народ вносит свой вклад в развитие общей культуры страны. Традиции народов Кавказа и народов Дальнего Востока не похожи друг на друга и оттого делают нашу страну жемчужиной разных культур.

Многогранность русской культуры выражена в идее справедливости, не в личном, не в корыстном, а именно в справедливом. Историк Е.В. Карчагин указывает, что «Русская культура дает свои варианты обоснования оправданности того или иного порядка и ценит разные блага в разных отношениях» [3, с. 43]. Справедливость в русской культуре есть высшая ценность. Жить по правде — один из постулатов народа.

Россия связана тесным образом с религиозной православной культурой. В монастырях создавались величайшие литературные произведения, повествующие нам об истории государства, его трагических и великих страницах истории. Древнерусская историческая литература возникла под воздействием как иностранного культурного заимствования, так и русских традиций.

Началом летописи звучит известная фраза: «Откуда есть и пошла земля Русская» [5, с. 12]. В данной летописи мы можем подчеркнуть историю создания русского государства. В данном произведении фигурирует и первый русский князь, и основатель государства, и династии Рюриковичей — князь Рюрик.

Россия — страна с богатой культурой, которая развивалась столетиями. Одним из направлений в культуре является богатая на таланты русская литература, давшая миру множество славных имен: А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, А.А. Ахматова, А.А. Блок, С.А. Есенин, И.В. Бродский и многие другие.

В русской культуре собран богатый пласт великих творческих личностей, идеи которых актуальны и в наши дни. Одним из таковых является Александр Сергеевич Пушкин. Он внес множество своих новаторских разработок в развитие русского литературного искусства. Важно отметить, что у Александра Сергеевича с каждым годом появляются все больше читателей и поклонников. «Пушкин для нас не только высочайшая вершина литературы, но и высочайшая вершина нравственности», — пишет в своей книге пушкинист В.В. Кунин [2, с. 60].

Современное состояние российского общества, испытывающего изменения во всех сферах жизни, требует внимательного отношения к культуре и культурному наследию страны. В современную эпоху, когда происходят радикальные изменения в социально-экономическом, политическом и духовном развитии общества, а также в экологии, перед наукой встал остро вопрос о представлении культуры в ранг одной из важнейших ценностей человека.

В настоящее время государство уделяет внимание русской культуре. Поддержка традиций народов ведется активно в регионах. Выражается это в фестивалях, культурных программах и концертах. Создано даже направление по изучению культуры малых народов Севера. Одной из черт русского национального характера является «традиция помощи», которая изначально заложена в русской культуре. Примеры ее мы видим во время пандемии коронавирусной инфекции. Помощь волонтеров населению огромна. Мы также помогаем и другим странам, в начале пандемии русские медики и военные отправились в Италию, Сербию, Боснию, Казахстан для помощи населению этих стран. Сейчас России безвозмездно помогает странам вакциной и медикаментами. Сотни тонн отправились на Кубу, в Сирию, Венесуэлу, Армению и другие страны. «Традиция помощи» — отличительная черта российской культуры.

Библиографический список

1. Барт, Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт. — Москва, 2003. — 432 с.
2. Данилевский, Н. Я. Россия и Европа / Н. Я. Данилевский. — Москва, 1991. — 577 с.
3. Карчагин, Е. В. Об идеи справедливости в русской культуре / Е. В. Карчагин / Вестник Волгоградского гос. ун-та. Серия 7. Философия. — 2016. — № 2. — С. 42–48.
4. Крюкова, О. С. Культура как фундамент общенациональной идеи / О. С. Крюкова / ИНИОН РАН. — Вып. 12. Ч. 3. — 2017. — С. 629–631.
5. Кунин, В. В. «Друзья Пушкина» : переписка, воспоминания, дневники : в 2 т. / В. В. Кунин. — Москва : Правда, 1986. — 638 с.
6. Повесть временных лет. Ч. 1. / Текст и пер. Д. С. Лихачева. — Москва, 1980. — 424 с.
7. Романов, В. Н. Историческое развитие культуры. Проблемы типологии / В. Н. Романов. — Москва : Академия, 2015. — 396 с.

Сведения об авторе

Зюбанова Екатерина Михайловна, аспирант, Тюменский государственный институт культуры, Тюмень, Россия, ketrin.zyuganova@mail.ru
Zyubanova Ekaterina Mikhailovna, post-graduate student, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, ketrin.zyuganova@mail.ru

УДК 338.48

*О.В. Ильницкий, О.А. Надеина, Н.А. Растегаева**O.V. Ilnitsky, O.A. Nadeina, N.A. Rastegaeva*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ МАРКЕТИНГЕ

SOCIAL MEDIA IN TRAVEL MARKETING

Аннотация. В данной статье освещается вопрос важности социальных сетей в современном обществе, показывается возможность использования данного инструмента для продвижения и рекламы, создания положительного имиджа турпредприятия и туризма в целом.

Ключевые слова: СММ, туризм, маркетинг туризма.

Annotation. This article highlights the importance of social marketing in modern society, shows the possibility of using this tool for promotion and advertising, creating a positive image of a travel company and tourism in general.

Keywords: SMM, tourism, touristic marketing.

Советы по туризму. Партнерский контент. Социальные сети изменили каждый аспект нашей жизни, в том числе то, как мы потребляем. Эти события существенно повлияли на бизнес, в основном за счет внедрения новых маркетинговых стратегий. Туризм, являющийся одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики, несомненно, является их частью.

Слияние социальных сетей и туристического маркетинга приведет к отличным результатам для вашего бизнеса. Здесь собрана информация об основах социальных сетей в маркетинге туризма.

Влияние социальных сетей на туризм проявляется в том, как люди изучают информацию перед поездкой. Теперь людям предлагается делиться своими впечатлениями от путешествий. Таким образом, социальные сети изменили способ принятия решений людьми. Люди доверяют туристическому агентству на основе отзывов других туристов.

Обслуживание клиентов — еще один важный аспект индустрии туризма, который изменился с появлением социальных сетей. Когда люди недовольны туристическими услугами, они могут призвать компании к ответу. Таким образом, наилучшее решение проблем клиентов приведет к улучшению репутации компании.

Социальный обмен может быть наиболее значительным фактором, повлиявшим на индустрию туризма. Социальные сети позволяют, особенно молодым людям, делиться самыми важными воспоминаниями из своих путешествий с широкой аудиторией. Как видно выше, рост социальных сетей привел к развитию двусторонней связи между агентствами и клиентами, и клиентами с клиентами. Чтобы извлечь выгоду из этого влияния

социальных сетей на индустрию туризма, обращение к социальным сетям жизненно важно для туристического агентства.

Индустрия туризма очень конкурентоспособна. Узнав о возможных преимуществах социальных сетей для своего бизнеса, туристические компании используют способы повышения узнаваемости своего бренда.

Интересный контент. Создание привлекательного контента — самый важный шаг, если вы стремитесь привлечь больше клиентов. Поскольку индустрия туризма в значительной степени связана с визуальным восприятием, визуальные материалы являются наиболее привлекательным способом привлечь внимание. Необходимо использовать броские фотографии и впечатляющие видеоролики, простые и веселые.

Пользовательский контент — один из лучших способов вовлечь людей в ваш бизнес. Маркетинг влияния очень поможет сделать ваш бизнес заметным среди других. Определив целевое местоположение и аудиторию, вы можете связаться с известными лицами и экспертами в области туризма. Вы не поверите, как быстро ваш бренд достигает подписчиков благодаря известным и влиятельным лицам.

Увеличение просмотров.

После того, как вы ознакомитесь с ролью социальных сетей в маркетинге туризма, вы заметите, что, что бы вы ни делали, социальная активность является ключевым моментом. Чтобы повысить свою визибильность, вы должны активно связываться со своими клиентами, выслушивая их или отвечая на их вопросы. Вы можете исследовать свои ключевые слова и участвовать в обсуждениях, связанных с вашей деятельностью. Как уже было сказано выше, онлайн — обслуживание клиентов — отличный способ сделать так, чтобы ваш голос был услышан.

Индустрия туризма обширна и сезонна, поэтому вы должны быть актуальны, в нужный момент времени. Будь то популярное или неизведанное, у каждой дестинации есть свой сезон. Агентства цифрового маркетинга могут помочь вам в проведении актуальных кампаний по рекламе ваших новейших услуг.

Как и в любой другой отрасли, большая тройка социальных сетей — Facebook, Twitter и Instagram — также является лидером в индустрии туризма. Несмотря на то что у этих каналов есть своя аудитория, путешествия — одна из самых обсуждаемых тем на всех из них.

Facebook — отличная платформа для привлечения пользователей из различных социальных групп. Благодаря тому что Instagram делает упор на визуальные материалы, он является одним из самых эффективных каналов социальных сетей. Это отличная платформа для взаимодействия туристического бизнеса со своими нынешними и будущими клиентами. Вам следует следить за хэштегами путешествий и создавать свои собственные, чтобы максимизировать популярность ваших постов.

В то время как Instagram берет на себя ваши визуальные материалы, Twitter — ваш голос. Эта платформа позволяет вам рассказывать о коротких туристических советах и рекламных акциях. Несмотря на то что Twitter можно использовать для фото и видео вашего бренда, его реальная сила особенно полезна для обслуживания клиентов. Если вы хотите присоединиться к беседам, у вас должна быть активная учетная запись Twitter.

Помимо Большой тройки существуют различные платформы, которые можно использовать для связи с различными группами путешественников.

Например, LinkedIn важен для B2B. Если вы хотите связаться с бизнес-путешественниками, вы можете использовать LinkedIn для связи с ними в зависимости от местоположения, в котором вы предоставляете услуги.

Snapchat, широко используемый поколением Z, — канал в социальных сетях, в котором вы можете поделиться тем, что происходит в данный момент. Вы можете поделиться захватывающими кадрами о своем туристическом бизнесе, чтобы привлечь внимание.

Ключом к успеху в бизнесе является сбор репостов в социальных сетях, положительных отзывов пользователей и удовлетворенности клиентов в социальных сетях. Возросла роль влияния социальных сетей на туризм. Большинство туристов при выборе места отдыха используют социальные сети. Благодаря таким сетям, как Facebook, Instagram, Youtube, осуществляется не только реклама туристических предприятий, но и скрытый маркетинг в виде блоггинга, тематических групп и сообществ и непосредственного общения с иностранными туристами. Социальные сети могут стать инструментом для создания положительного имиджа страны, туристического предприятия, перераспределения туристских потоков, формирования информационной базы для туристов.

Библиографический список

1. Жильцова, О. Н. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 335 с.
2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 192 с.
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций : теория и современные практики : в 2 ч. Ч. 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2021. — 507 с.

Сведения об авторах

Ильницкий Олег Валентинович, преподаватель высшей категории, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, ilnitskyov@mail.ru

Надеина Оксана Александровна, преподаватель высшей категории, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, oksana-tyumen@list.ru

Растегаева Наталья Александровна, преподаватель высшей категории, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, rastegaeva_natal@mail.ru

Ilnitsky Oleg Valentinovich, teacher of the highest category, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, ilnitskyov@mail.ru

Nadeina Oxana Alexandrovna, teacher of the highest category, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, oksana-tyumen@list.ru

Rastegaeva Natalia Alexandrovna, teacher of the highest category, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, rastegaeva_natal@mail.ru

УДК 77:908

*Е.С. Кащеева**E.S. Kascheeva*

СЕМЕЙНЫЙ ФОТОАЛЬБОМ КАК ПРОЦЕСС ИНТЕГРАЦИИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX — НАЧАЛЕ XX В.

FAMILY PHOTO ALBUM AS A PROCESS OF INTEGRATION IN THE SECOND HALF OF THE 19th — EARLY 20th CENTURIES

Аннотация. Фотография создает информационно-культурное пространство взаимодействия людей. Благодаря этому происходит трансляция культурных смыслов и обеспечивается их преемственность. По мнению автора статьи, особенно ярко это проявляется на примере семейной фотографии, воплощающей осмысление человеческого опыта и культурной реальности через моделирование отдельных образцов поведения индивида.

Ключевые слова: фотография, семейный фотоальбом, идентичность, культура, ценности, коммуникация, репрезентация.

Annotation. Photography creates an informational and cultural space for people to interact. Thanks to this, cultural meanings are transmitted and their continuity is ensured. According to the author of the article, this is especially clearly manifested on the example of family photography, which embodies the comprehension of human experience and cultural reality through the modeling of separate patterns of individual behavior.

Keywords: photography, family photo album, identity, culture, values, communication, representation.

С изобретением фотоаппарата в объем порядка мира вошло его фотографическое отображение, мир семьи стал фиксироваться в формате фотографий. Коллекция семейных фотографий — это семейный капитал, важнейший источник для биографии, это «письма жизни». В то же время фотографии из альбомов — важный элемент семейной коммуникации, поддержания групповой солидарности [7, с. 176].

В статье автора В.Л. Круткина «Антропологический смысл фотографий семейного альбома» [7, с. 171–172]. Исследователь признает фотографию своеобразным способом осмысления мира, а семейный альбом, по его мнению, соединяет малые жизненные миры частных людей в единую историю жизни семьи и рода: «фотографирование создает и развивает свой опыт — опыт особого захвата мира» [7, с. 173]. Поэтому осмысление и интерпретация таких этапов человеческой жизни, как рождение, детство, юность, брак, дети, работа, отдых, старость, смерть, приобретает новое качество и воплощение.

В.Л. Круткин обращает внимание на то, что благодаря видению, обращению к образам других, узнаванию себя в окружении семьи на групповом портрете и через свои визуальные предъявления складывается многоликая идентичность человека: личностная, социальная, культурная, религиозная, этни-

ческая. Фотографии сохраняют следы социальных изменений и предъявляют их памяти, воображению, созерцанию и переживаниям людей по первому требованию. В другой своей статье под названием «Фотографический опыт и его субъекты» исследователь приводит мысль П. Бурдьё о том, что фотографическая практика существует и поддерживается большую часть времени благодаря ее семейной функции или скорее функции, дарованной ей семейной группой, — празднование и увековечивание высших точек семейной жизни, укрепление семейной группы [3, с. 46]. Так как семейные фотографии являются ритуалом домашнего культа, в котором семья — и субъект, и объект, этот ритуал служит выражению праздничного чувства, которое семейная группа дарит себе; ритуал укрепляет это чувство, и чем это чувство интенсивнее, тем сильнее оно интегрирует группу [3, с. 46]. Сам по себе процесс фотографирования становится ритуалом воспроизводства групповой идентичности [5, с. 154].

Таким образом, прослеживается влияние фотографирования на организацию мира семьи и структурирование жизненного пространства человека. Происходит вписывание одной жизни в единый контекст семьи и рода. По мнению В. Л. Круткина, альбом фотографий чаще всего рассматривается в ситуациях социального предъявления себя другим: в нем история группы, образы горизонтальной и вертикальной мобильности, образы социального успеха [5, с. 52]. Фотографирование, по мнению исследователя, — важная часть системы социальных ритуалов, в которых осуществляется познание и социальный контроль, устанавливаются границы группы, фиксируется иерархия [5, с. 53]. Он указывает на то, что если прежде иерархия в изображениях строилась таким образом: сначала взрослые, затем взрослые и дети, наконец, только дети, то теперь иерархия делается обратной.

Некоторые исследователи сходятся во мнении, что массив семейных фотографий складывается во имя одной цели — культа семейного единства. «Ничто не может быть сфотографированным безотносительно к тому, что должно быть сфотографировано. Церемония может быть сфотографированной, потому что она выбивается из ежедневной рутины, потому что она реализует образ, который группа стремится иметь о себе» [8]. Семейные фотографии, которые передаются из поколения в поколение, образуют семейный капитал, архив, аналог семейным драгоценностям, их священный характер — следствие испытания долгим временем, когда они освящали эту социальную идентичность. Фотографирование не может освободить себя от функций, которым обязано своим существованием, не может создать своих целей и осуществлять специфические интенции автономной эстетики [8]. Поэтому семейное фотографирование — это мощный инструмент воздействия на формирование и развитие семейного самосознания. Как утверждает С. Зонтаг, «фотографии создают у их обладателя иллюзию обладания прошлым, включая даже нереальное прошлое: они помогают человеку овладевать пространством, в котором иначе он не может чувствовать себя в безопасности» [6].

Рассматривание семейного альбома вызывает ностальгию, связанную с потребностью в возвращении «домой», в идеальное прошлое — воображаемый период жизни, свободный от противоречий, где все было на своем месте и вполне «реально». Однако все эти фотографии являются не более чем «глянцевой картинкой», отражающей лишь поверхностный смысл событий, под которым содержится множество скрытых нарративов [11].

Д. Вайзер считает, что фотографии — это бумага, пропитанная «эмоциями», а семейные альбомы и другие биографические коллекции — это не

объективный документ семейной истории, но личная конструкция из выбранных фактов, созданная человеком для того, чтобы определенным образом рассказать историю своей семьи. В связи с этим стоит отметить, что собранная фотоколлекция не может быть объективным артефактом, это скорее обобщенная, идеализированная семейная история, которая подвергается различной интерпретации в зависимости от того, кто просматривает данные снимки. Каждый член семьи будет реконструировать альбом по своему, воссоздавая свою версию истории семьи [2].

Л. Малес в статье «Фотография в социологических дисциплинах» приводит мнение известной исследовательницы Сьюзен Зонтаг о том, что, составляя «портретную хронику», семья пытается сохранить родственные связи, характерные когда-то для большой многопоколенной патриархальной семьи: «семейный фотоальбом чаще всего посвящен большому семье, и это часто единственное, что от нее осталось» [10]. Так или иначе, фотография отражает в процессе запечатления постоянно меняющуюся социальную реальность и одновременно ее конструирует.

Так же, как пространство уже было структурировано в виде существования обрядов, так и у личности до появления фотографии существовала потребность осознавать историю своей жизни: помнить, знать, понимать и конструировать индивидуальную историю своего бытия в мире и пути своего личностного развития [10, с. 182]. Раньше для решения аналогичных задач культура располагала психотехниками дневника и таинством исповеди. С изобретением фотографии появилась техническая возможность создавать презентацию истории жизни в виде фотокарточек, соединяющих множество характеристик — возрастных, этнических и социальных, в гармоничной цельности образа остановленного мгновения «здесь и сейчас».

Можно выделить несколько значимых функций семейной фотографии: презентация (запечатление своего образа в окружении родственников), коммуникация (рассылка своих изображений родственникам на дальние расстояния), документация важных жизненных событий (конструирование истории семьи и вписывание отдельной жизни в контекст рода, оформление семейных традиций, обрядов и семейного этикета вообще). Семейные фотографии, несомненно, обогатили опыт взаимодействия семейной группы, придав ему новое воплощение. С течением времени меняется качество отношений в семье, и визуальные практики презентации и общения подарили человеку возможность ощущать себя частью «виртуального сообщества», держа в руках подтверждающий это документ — совместную фотографию, и самоопределяясь за счет причисления себя к определенной группе.

Интересен момент бытования семейных фотографий, их расположения в интерьере. Как пишет Ж. Бодрийяр, «вещи, словно антропоморфные богилары, воплощающие в пространстве аффективные связи внутри семейной группы и ее устойчивость, становятся исподволь бессмертными, до тех пор пока новое поколение не разрознит их, не уберет с глаз долой или же, в некоторых случаях, не восстановит их в правах ностальгически актуальных “старинных” вещей» [1]. Во второй половине XIX — начале XX века фотографические портреты членов семей часто развешивали на стенах. Интегративная функция семейной фотографии проявилась и здесь — портреты родственников как ожившая история, как образец для подражания подрастающему поколению занимали свое почетное место в гостиных. На их фоне любили фотографироваться, и в доказательство этому факту сохранилось немало фотографий. Семейный дом, по словам французского культуролога, фило-

софа-постмодерниста, — специфическое пространство, мало зависящее от объективной расстановки вещей, ибо в нем главная функция мебели и прочих вещей — воплощать в себе отношения между людьми, заселять пространство, где они живут, то есть быть одушевленными. Реальная перспектива, в которой они живут, поработана моральной перспективой, которую они призваны обозначать [1]. В настоящее время автор отмечает тенденцию исчезновения семейного портрета из пространства дома: свадебной фотографии из супружеской спальни, ростовой или грудной портрет хозяина дома из гостиной, развешанных повсюду изображений детей [1].

Таким образом, семейная фотография конструировала повседневную реальность людей второй половины XIX — начала XX в., в которую теперь входил ритуал совместного семейного фотографирования по праздникам и в особо важные торжественные и траурные моменты семейной истории, тем самым обогащая опыт самоопределения и социального взаимодействия. Роль семейной фотографии для человека, непосредственно вовлеченного в визуальные практики, значительна и в то же время сложноуловима, так как фотографии настолько органично вошли в повседневную реальность, что уже с трудом удастся представить миропорядок без них, чтобы четко установить качество изменений.

Библиографический список

1. Бодрийяр, Ж. Система вещей / пер. с фр. С. Н. Зенкин ; ред. Н. Алексеев. — Москва : Рипол-Классик, 2020 г. — 256 с. — ISBN: 978-5-386-13694-9.
2. Вайзер, Д. Техники фототерапии : использование интеракций с фотографиями для улучшения жизни людей / Д. Вайзер // Визуальная антропология : настройка оптики / под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. — Москва : ООО «Вариант» : ЦСПГИ, 2009, — 94 с. — ISBN 978-5-903360-20-8.
3. Визуальная антропология : новые взгляды на социальную реальность / под общ. ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Л. Круткина. — Саратов : Науч. книга, 2007. — ISBN 5-9758-0247-4.
4. Гуревич, П. С. Культурология : учебник / П. С. Гуревич. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : КНОРУС, 2011. — 448 с. — ISBN 978-5-406-00852-2.
5. Захарова, Н. Ю. Визуальная социология : фотография как объект социологического анализа / Н. Ю. Захарова // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. XI. — 2008. — № 1. — Санкт-Петербург : Изд-во «Интерсоцис», 2008. — 161 с.
6. Зонтаг, С. Взгляд на фотографию / сост. В. Стигнеев, А. Липков. — Москва : «Планта», 1998. — ISBN 5-85250-117-4.
7. Круткин, В. Л. Антропологический смысл фотографий семейного альбома / В. Л. Круткин // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. VIII. — 2004. — № 1. — ISSN 2306-6946.
8. Круткин, В. Л. Пьер Бурдьё : фотография как средство и индекс социальной интеграции / В. Л. Круткин // Вестник Удмуртского ун-та. — 2006. — № 3. — Санкт-Петербург, 2006. — 55 с. ISSN 1810-5505.
9. Круткин, В. Снимки домашних альбомов и фотографический дискурс / В. Л. Круткин // Визуальная антропология : настройка оптики. — Москва, 2009. — ISBN 978-5-903360-20-8.
10. Малес, Л. Фотография в социологических дисциплинах / Л. Малес // Визуальная антропология : новые взгляды на социальную реальность. — Саратов, 2007. — 182 с.
11. Мартин, Р. Наблюдение и рефлексия : отреагирование воспоминаний и представление будущего посредством фотографии / Р. Мартин // Фототерапия : использование фотографии в психологической практике. — Москва, 2006. — 83 с.

Сведения об авторе

Кашеева Екатерина Сергеевна, аспирант, Тюменский государственный институт культуры, г. Ханты-Мансийск, Россия, ugraspetsproekt@gmail.com

Kashcheeva Ekaterina Sergeevna, postgraduate student, Tyumen State Institute of Culture, Khanty-Mansiysk, Russia, ugraspetsproekt@gmail.com

УДК 338.48

*А.А. Козырев, Е.А. Савицкая**A.A. Kozyrev, E.A. Savitskaya*

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ

THE DEVELOPMENT POTENTIAL OF EVENT TOURISM IN THE KHANTY-MANSI AUTONOMOUS OKRUG

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития событийного туризма в ХМАО-Югре, исследуются основные мероприятия региона, являющиеся фактором привлечения туристов. Автором даются рекомендации развития событийного туризма в регионе.

Ключевые слова: туризм, этнический туризм, событийный туризм, туризм в ХМАО-Югре.

Annotation. The article discusses the prospects for the development of event tourism in KhMAO-Yugra, examines the main events of the region, which are the factor of tourists attraction. The author gives recommendations for the development of event tourism in the region.

Keyword: tourism, ethnic tourism, event tourism, tourism in KhMAO-Yugra.

Ханты-Мансийский автономный округ стремится уйти от моноэкономического вектора развития, одним из направлений является туризм, который из года в год показывает положительную динамику, особенно для данного региона перспективен деловой и событийный туризм, последнему и будет посвящена данная статья.

Рассматривая туризм комплексно, нужно отметить, что свое развитие он получил в Ханты-Мансийском АО начиная с 1996 года, когда «Программа развития туризма» вошла в перечень отраслевых программ. Реализуемая по сей день с изменениями и дополнениями, она явно показывает, какое важное значение туризм, в частности событийный, стал играть в экономике региона.

Изучая отчет «О развитии сферы туризма в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре» за 2020 год, можно увидеть, что данные статистики красноречиво говорят о стабильном росте интереса со стороны как туристов из числа граждан РФ, так и иностранных граждан. По прогнозам вышеупомянутого отчета в 2020 году регион посетит 770 тысяч туристов [1]. Однако стоит отметить, что эпидемиологическая обстановка продолжает влиять на турпоток в ХМАО—Югре, количество иностранных туристов, которые реализовали свое желание прикоснуться к этническим событиям Югры, в 2019–2020 году осталось неизменным. Еще одним доказательством пристального внимания со стороны государства к динамике развития событийного туризма в Ханты-Мансийском автономном округе является проводимый каждый год туристский форум «Югратур-2020», который прошел в

онлайн-формате. Темой данного форма стали информационные технологии, которые все более и более проникают в туристическую индустрию и содействуют развитию сервиса. Была презентована цифровая туристическая платформа visitugra, по замыслу она станет ресурсом управления отраслью, продвижению и продаже услуг предприятий сферы туризма и гостеприимства [2].

Далее мы рассмотрим события, формирующие основу для развития событийного туризма в регионе. Отдельной популярностью пользуются национальные праздники и фестивали, одним из которых является фестиваль кино «Дух огня», фестиваль создавался под покровительством правительства Ханты-Мансийского автономного округа и Министерства культуры, мероприятие проводится с 2003 года, фестиваль посещают не только отечественные творцы кинопроизводства, но и зарубежные, но главной целью, на взгляд автора, является привлечение туристов и местных жителей для организации досуга и положительной рекламы региона как привлекательного для посещения туристами. Телевизионные фестивали постепенно стали проводиться на постоянной основе, такие как «Спасти и сохранить», «Золотой бубен», театральный фестиваль «Чайка».

В ХМАО проводятся также театральные фестивали, примерами которых могут служить «Белое пространство» и «Сибирь казачья». Знакомство с этническими особенностями не только является прекрасным фундаментом, на котором зиждется туристский продукт данного региона, но и вовлекает местных жителей в развлекательную деятельность.

Помогают в расширении сферы культурного охвата и сами малочисленные коренные народы Севера, выступления фольклорных объединений, организация традиционных праздников не проходит без участия людей, напрямую находящихся в ней, что способствует наибольшему приближению к первоначальному смыслу мероприятия культуры той или иной народности. Доказательством вовлеченности коренного населения Севера в организацию и популяризацию их образа жизни и культуры является, например, народный самодеятельный коллектив «Увас Хурамат», который в мае 2021 года получил диплом первой степени в номинации «Хореография» на проводимом в г. Белоярский фестивале-конкурсе «Пасха красная — 2021».

Постоянно расширяющийся спектр возможностей для занятий спортом и проведения международных соревнований позволил округу стать центром, куда съезжаются не только российские спортсмены, но и их зарубежные коллеги.

Центром видов зимних видов спорта в Ханты-Мансийске является стадион имени А.В. Филипенко, на территории которого проводятся соревнования по арчери-биатлону, лыжным гонкам, биатлону и летнему биатлону, стадиону присвоена международная категория по классификации IBU (Международный союз биатлонистов).

Биатлонный центр обладает богатой историей, в 1960-х годах прошлого столетия на месте ныне существующего центра находилось деревянное здание спортивной школы и стрельбище.

С 1997 года начинается реконструкция и модернизация центра, в тот же год он принимал международные соревнования по биатлону «Кубок Югры». На 2000 год — огневой рубеж, стадион, трибуны на 10 тысяч зрителей, здание спортивного клуба, спортивная школа, мосты и путеводы, гостиничный комплекс, позже к числу сооружений добавилось здание пресс-центра с новыми командными комнатами.

В настоящий момент биатлонный центр является круглогодично функционирующим объектом, стадион вмещает 15000 зрителей, проводятся постоянный ремонт и модернизация электромеханических мишеней, в 50 метрах от трибун расположен трехзвездочный отель «На семи холмах» [4].

Главным источником событийного туризма в ХМАО является древняя история и культура народностей, населяющих данную территорию, следует остановиться на наиболее ярких и значимых событиях, которые могут привлечь новых путешественников.

День оленевода — если кратко описать мероприятие, то это огромное стадо оленей, игровые программы в которые встроены элементы национальных видов спорта народов ханты, например, прыжки через нарты, метание тынзяна (аркан из кожи оленя) на хорей и т.д. Теперь День оленевода — это один из праздников, когда туристы и жители могут прикоснуться к обычаям и забавам народов Севера. Столь долгое существование данной традиции проведения мероприятия говорит о том, что традиционные праздники являются не только интересным событием в жизни местного населения и оставляют заметные, яркие следы в культурной жизни населенного пункта, но и становятся местом привлечения гостей из других регионов и стран.

День прилета серой вороны — праздник народа ханты, по верованию которого птица ассоциируется с пробуждением природы, новой жизни. Для посетителей праздника будет возможность увидеть выступления творческих коллективов, отведать национальной кухни, погрузиться в атмосферу тайн древнего народа.

Ворона по прилету познакомит местных жителей и туристов с традицией — подвязыванием ленточек к веткам березы, что предоставляет шанс загадать желание и укрепить свое здоровье.

Медвежий праздник — один из наиболее интересных и любимых народами Севера праздников. Ханты и манси считают медведя сыном великих божеств [5], хозяином тайги, однако медведь отмечен как ценный трофей и после охоты, увенчавшейся успехом, необходимо показать жалость к животному и задобрить дух убитого зверя.

Проводя ритуалы, участники уверены, что в скором времени будут жить в полном достатке. Медвежьи шкуры кладут в жертвенный угол и наряжают. Если это была медведица, на голову ей надевают платок и бусы из бисера. Если медведь — надевают намордник из бересты [5].

На мероприятии поют песни, наряжаются в костюмы животных, ряженые в костюмы ворон пытаются украсть мясо и душу медведя, остальные участники отгоняют нападающих, распространяя веселье на всех участников и зрителей праздника [5].

Правительством округа реализуется программа «Нетрадиционные стойбища Югры», в рамках которой прилагаются усилия для обеспечения доступа в сеть коренным малочисленным народам Севера, которые проживают согласно традициям культуры своего народа. Таким образом, происходит знакомство малочисленных народов Севера с технологиями и возможностями, которые им предоставляют и могут быть использованы не только в реализации продукции традиционных занятий, но и в привлечении туристов на еще одну разновидность событийного туризма — посещение стойбищ. Объединения стойбищ создают сеть и рассчитывают на разные уровни проникновения в этническую среду.

В ближайший период необходимо продолжать разнообразить календарь событийного туризма, следует искать и проводить мероприятия, ранее не известные туристам или даже местным жителям, — организация событийных туров с посещением национальных праздников коренных малочисленных народов Севера.

Опираясь на сведения, полученные статистикой касательно турпотока в ХМАО, опыт туроператоров в организации событийных туров, а также на традиции и культуру народов Севера, можно поддержкой грантами стимулировать развитие событийного туризма в регионе.

Таким образом, автором рекомендуется:

- реализация пропагандистской программы, направленной на расширение информационной сферы туристского продукта ХМАО;
- создание фото- и видеоматериала как поддержка в продвижении предложения округа среди других туристских предложений;
- организация выставок, форумов, направленных на ознакомление широкой аудитории с достоинствами отдыха в ХМАО;
- создание информационной среды, осуществляющей сервисную поддержку путешественников.

Подводя итог, можно сделать вывод, что событийный туризм в Ханты-Мансийском автономном округе — это не только перспективное и динамично развивающееся направление, но и инструмент продвижения округа на туристском рынке, а также привлечения средств в бюджет. Рассмотренные имеющиеся события и мероприятия, а также поддержка государства позволяют считать Ханты-Мансийский округ — Югру туристским регионом с высокой перспективой развития, как на региональном, так и на внутрироссийском и международном уровне.

Библиографический список

1. О государственной программе Ханты-Мансийского автономного округа — Югры «Развитие промышленности и туризма»: Постановление Правительства Ханты-Мансийского автономного округа — Югры № 357-п 05.10.2018 // Департамент промышленности Ханты-Мансийского автономного округа — Югры. — URL : <https://depprom.admhmao.ru/programmy/razvitie-promyshlennosti-i-turizma-/1956265/gosudarstvennaya-programma-khanty-mansiyskogo-autonomnogo-okruga-yugry-razvitie-promyshlennosti-i-tu/> (дата обращения : 18.10.2021).
2. В Югре стартовал туристский форум «ЮГРАТУР-2020» // admhmao.ru : сайт. — URL : <https://admhmao.ru/press-center/vse-press-relizy/4925913/> (дата обращения : 15.10.2021).
3. Историко-культурный потенциал как основа культурно-познавательного туризма. — URL : <https://studfiles.net/preview/5410547/page:14/> (дата обращения : 19.10.2021).
4. Ханты-Мансийский автономный округ : история // admhmao.ru : сайт. — URL : <http://www.hantymansiiskao.ru/ugrahistory/> (дата обращения: 20.10.2021).
5. Праздники народов ханты и манси // dnidaty.ru : сайт — URL : <https://dnidaty.ru/prazdniki/prazdniki-narodov-severa-hanty-i-mansi/> (дата обращения : 22.10.2021).

Сведения об авторах

Козырев Андрей Алексеевич, студент 4 курса, направление 43.02.03 «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, andrewkozyrev@yandex.ru
Савицкая Елена Александровна, канд. экон. наук, доц. кафедры музейных технологий, истории и туризма Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия.
Kozyrev Andrey Alekseevich, 4th year student of the direction 43.02.03 "Tourism", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, andrewkozyrev@yandex.ru
Savitskaya Elena Alexandrovna, Ph.D. economy Sciences, Assoc. Department of Museum Technologies, History and Tourism, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 908

*Т.М. Кононова, Н.Э. Косполова, А.Н. Соколов**T.M. Kononova, N.E. Kospelova, A.N. Sokolov***ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР «ЦАРСКАЯ ПРИСТАНЬ»¹****HISTORICAL CULTURAL CENTER “TSAR’S PIER”**

Аннотация. В статье рассказывается мрачная история здания Западно-Сибирского пароходства, его связь с историей царской семьи, а также об историко-культурном центре «Царская пристань», находящемся в этом здании в наши дни.

Ключевые слова: пароходство, пристань, царская семья, купцы, историко-культурный центр.

Annotation. The article refers to the dark history of the building of West Siberian steamship company, its connection with the history of Tsar Family, and tells about the Historical Cultural Center “Tsar’s Pier” located in this building nowadays.

Keywords: steamship company, pier, Tsar Family, merchants, Historical Cultural Center.

During the recent decades the Pier of West Siberian steamship company situated on the first flood plain terrace of the Tura River within maximum proximity to the river is rightfully considered to be the most bright and presentable (attractive) place within the historical area of Tyumen, represented with recently reconstructed Maslovskiy vzhov (uphill road) and the Embankment. Besides Voznesensko-Georgiyevskaya church, it is the only in Tyumen landscape zone where the historical objects (Kurbatov-Ignatov fortress wall, pack houses — pier warehouses of Ignatov steamship company, the Tura station, Plotnikov houses and the first power station) are picturesquely reflected in the river as one architectural preserved accord.

The city must be thankful to this area, remote from Tyumen historical and cultural beau monde. In different years of the past the place happened to be an industrial zone, ruins like Italian open archaeological museums, port support area... Thankful for the fact that this “steady place” preserved untouched the historical antiquities of XIX century and the Orthodox holy sites that revealed their mysteries before the celebration of the 100th anniversary of Tsar Family Death-Day.

In the hot summer of 1995, Director of “Tyumenpodvodstroy” Company V.P. Savchenko, buying this communal house on the Tura bank to locate in it his firm, had no idea what secrets that run-down two storey building with rat holes in its grass- and mold-grown basements kept.

¹ На английском языке.

Divers in heavy diving suits, lifting from the river bottom either a 1876 Demidov rail, or a steamship anchor by S.G. Stroganov's Dobryansk plant, wondered how such count's trophies could have gotten in the vicinity of the abandoned port communal house.

Everything revealed when a partition on the second floor fell and barricaded the residents not willing to leave... Surprised technicians saw columns of cast iron, red brick arches and ancient "modern" style chandeliers, enclosed in the wall.

Whose house was that? A visiting historian helped to determine that the house was the headquarters, the largest house of top guild merchant I.I. Ignatov from Belevsk, who had arrived to Tyumen in 1863 to make an industrial revolution on the bank of the Tura which reminded him his native Oka so much. It appeared to be that very mansion which Prishvin described in his "The Chain of Kashchey" as "an awkward house, resembling a river steamship", the house that couldn't count on getting into decent hands.

A strange, as if it had stepped out of the past, either castle, or fortress, or ghost went on overwhelming with unexpected findings: in addition, an underground escape was found in the yard, in the attic — a hundred-year-old larch, and on the bank — a XIX century manual railway switch.

Wonders continued to happen. Both in XIX and XXI centuries steamships continued to go up and down the Tura, Ignatov railway on the bank of the Tura was also functional, surprising the passengers with the steadiness of larch cribwork as close to the water line as mountain ranges of Circum-Baikal Railway... What was happening here at the edge of XIX and XX centuries?

It is known that in 1893 the Emperor Nicolas II confirmed the project of Circum-Baikal Railway construction, being under impression after his travel to the East and Siberia in 1890-1891. He had been a crown prince on his educative trip to the East, and 27 years later he was already a dethroned Emperor on his forced one-way journey to Siberia, to Tyumen, and farther — to Tobolsk.

The stay of Nicolas II and his family on his way to the Tobolsk exile was as forced and forcedly long. Tsar Family stayed for 6 hours on August, 17, 1917 exactly here, at the pier of Ignatov's West Siberian steamship company, in front of its administrative building. The building had been visited by all the notable Tyumenian merchants, I.I. Ignatov's nephew Prishvin, General Makarov, and now it houses the notable Historical Cultural Center...

Tsar's family did not have an opportunity to ascend into the administration building: first, at Soviet time the building was occupied by NKVD; second, according to the Emperor's diary "the train almost approached the pier, so we just had to descend to the steamship. Ours is called "Russia"..."

Tsar Family members and their court spent an uneasy August night in front of electrically sparkling windows of NKVD building (of the steamship administration). What pictures of peaceful court life were passing by in their memory?

The steamship was moored at a pontoon wharf to depart incognito to Tobolsk in the early hours. There was no hard soil underfoot — only rippled gleaming with steel water of the northern river that had seen the exiles of all ranks...

Tobolsk, as they were sure, was expecting them, but, having arrived there on August, 19, Tsar Couple had to stay in their cabins till August, 26, according to Tsar children's mentor Pierre Gilliard, because the house of Tobolsk Governor Ordovskiy-Tanayevskiy was not prepared to accommodate Tsar persons.

In memory of this historic six-hour stay of Tsar Family at the Tura bank in front of the steamship company administration building memorial crosses are set at Historical Cultural Center "Tsar's Pier".

On November, 3, 2002 at Historical Cultural Center “Tsar’s Pier” the memorial cross was consecrated with the blessing of Dimitriy, Archbishop of Tyumen and Tobolsk, who visited the place of stay of Tsar Family.

Generous parishioners and the Tyumen Cossacks added to that cross another one — of marble, with an iconographic bas-relief.

Since that moment the historical realia of “Tsar’s Pier” attract not only shipbuilders, historians, art experts, bloggers, foreign tourists, post-graduate students, and pupils, but also numerous pilgrims.

Yet the story will not be complete, if not to mention the picture-gallery on the second floor. The gallery appeared as a natural extension of Tsar topic: it is known that all the children of Nicolas II were receiving, as we say now, exclusive education and practiced fine arts. Historical Cultural Center exposes reproductions of drawings belonging to all the children of Nicolas II, and also a creative selection of reproductions and exhibits from San Francisco Museum of Russian Culture. The selection is devoted to the Emperor’s younger sister — a painter and Grand Duchess — Olga Aleksandrovna Kulikovskaya-Romanova, thanks to whom and whose descendants the format of the expositions significantly changed.

Ancient halls, corridors, music surround young painters who, having visited semi-basement area, start to create, imagining themselves to be XIX century characters...

Historical Cultural Center plans an exposition devoted to Grand Duchess Maria Vladimirovna, and also open high level museum events.

Nowadays general plan projects of Historical Cultural Center are regarded where the pier will function, and the ecological condition of the “Tsar’s Pier” territory is planned to be analyzed, as well as to estimate the influence of anthropogenic environment on nature and to estimate the memorial’s aesthetical attractiveness.

Although “Tsar’s Pier” is not an archaeological object, its location in the water conservation zone of XIX century architectural and landscape artifacts complex representing the historic stay of Tsar Family at the pier of West Siberian steamship company in Tyumen, and also the memorial character of the main architectural object equaled to the object of cultural heritage due to its uniqueness and to its connection with I.I. Ignatov’s long-time activity in the aggregate makes it the one-of-a-kind precedent of landscape art-object.

Сведения об авторах

Кононова Татьяна Михайловна, д-р социол. наук, профессор, кафедра иностранных языков, Тюменский государственный институт культуры, Тюмень, Россия, vista304@gmail.com

Косполова Наталья Эмильевна, музеевед, ответственный по экспозиционным и экскурсионным вопросам Историко-культурного центра «Царская пристань», koospol@yandex.ru

Соколов Александр Николаевич, канд. филол. наук, доцент, кафедра иностранных языков, Тюменский государственный институт культуры, Тюмень, Россия, alex_zander77@mail.ru

Kononova Tatyana Mikhailovna, Doctor of Sociology, Professor, Department of Foreign Languages, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, vista304@gmail.com
Kospolova Natalia Emilievna, museologist, exposition and tour supervisor at Historical Cultural Center “Tsar’s Pier”, koospol@yandex.ru

Sokolov Alexander Nikolaevich, Candidate of Linguistics, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, alex_zander77@mail.ru

УДК 008: 322

*А.Ю. Лосинская**A.Yu. Losinskaya***РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЦЕРКОВНОГО И СЕКУЛЯРНОГО****REGIONAL GAMING PRACTICES THROUGH THE PRISM
OF THE INTERACTION OF CHURCH AND SECULAR**

Аннотация. В статье отмечается тот факт, что игра проникла во все сферы деятельности, в том числе и образовательной. Геймификация, игровые методики становятся элементом любого образовательного процесса — и школьного, и внешкольного.

Ключевые слова: игра, геймификация, религиозная деятельность, игровые практики.

Annotation. The article notes the fact that the game has penetrated into all spheres of activity, including education. Gamification, game methods become an element of any educational process — both school and extracurricular.

Keywords: game, gamification, religious activities, game practices.

Еще в прошлом веке, почти сотню лет назад, величайший исследователь игры Й. Хейзинга отмечал присущую игре «тотальность», т.е. всепоглощающую способность, первичность по отношению к любой другой деятельности. Ведь способность к игре, с его точки зрения, объединяет животный мир и человеческий [3], природное и надприродное. И поэтому игра способна донести высокую, внеприродную идею до разума, который еще не созрел для интеллектуального восприятия либо задавлен повседневной рутинной настолько, что не готов воспринять ее в данный момент. И именно поэтому в играх можно найти или выстроить модель любой другой деятельности.

В науке начала нашего века, однако, высказано суждение, что причиной проникновения игры во все сферы деятельности человека является не ее модельность, — то есть способность выступать моделью любой другой деятельности, — а ее модальность. То есть специфический, несамостоятельный онтологический статус. Эта мысль принадлежит В.В. Костецкому, тюменскому философу, профессору ТюмГУ, затем РГПУ. Исследования игры на протяжении XIX и XX веков, по утверждению В.В. Костецкого, велись на уровне «представления», «синоптического подхода». А в переводе на уровень «понятия» как формы мышления, принципиально отличной от «представления», игра «прикладывается к чему угодно, ко всякой деятельности, и тогда все, чего коснулась “игра”, превращается в игру, подобно золоту царя Мидаса». В логике, как замечает Костецкий, подобные качества демонстрируют кванторы и операторы, — то есть обобщающие и ограничивающие логические категории, — превращая любое содержание в правильный фор-

мальный знак. Игра, используемая в качестве формального знака, и представляет собой особую, игровую логико-онтологическую модальность. «Игры без игривости», многочисленные примеры которых приводят Й. Хейзинга, Э. Берн и другие, означают «игру в натуре» как занятие без игровой модальности: «играют», но не «играются». Это, разумеется, не является полноценной игрой. В. Костецкий вводит для ее обозначения термин «полу-игра». Игровая ситуация, в которой происходит инверсия субъекта и объекта, обозначена термином «анти-игра». Игра здесь, по Х.Г. Гадамеру, становится единственным субъектом, а поведение человека выражается средствами языка в страдательной форме: «им играют». Истинной, полноценно-игровой является ситуация, когда игровая модальность равно распределена на действие и субъект действия, только ее и следует называть термином «игра».

Гипотеза игры как модальности предполагает бытие в игре притворным, мнимым, неподлинным, заменой, как сказано у В.В. Костецкого, «действительного бытия его видимостью». Возможно, именно такое понимание игры предлагает теоцентристская концепция культуры: бытие человека презумируется как игра божественного промысла, игра сил, многократно превосходящих человеческие, в которой человек не может быть игроком. А когда пытается — проигрывает всегда, даже оставаясь в выигрыше. Хотя бы потому, что с точки зрения вечности, — а конечная цель всех стремлений есть жизнь вечная, — любой выигрыш преходящ и относителен. «Собственно говоря, религия, — пишет В. Костецкий, — и есть мировоззрение человека, осознавшего свое положение в состоянии анти-игры» [2, с. 136]. Серьезность религии, ее отрицательное отношение к игрищам и игривости ведет свое происхождение не от суровости нрава верующих, но от осознания анти-игры человеческого бытия. Такое осознание-то и воспитывает суровость нрава.

Однако религиозное мировоззрение, будучи иррациональным, вовсе не исключает непосредственности. Напротив, детская непосредственность признается в Священном Писании благом: «...и сказал: истинно говорю вам, если не обратитесь и не будете как дети, не войдете в Царство Небесное; итак, кто умалится, как это дитя, тот и больше в Царстве Небесном» [1]. А игра как ничто другое выражает эту непосредственность и способность к полному погружению в виртуальное. Игра как ничто другое позволяет отодвинуть в сторону законы социума, очевидные для всех, и предаться иным законам: инобытию, инакомыслию, инакочувствованию. С этой позиции игра как раз близка религиозному мировоззрению и позволяет постоянно ощущать двойственность мира, близость материальной и духовной его сторон — но не идентичность. И с этой позиции игра — пожалуй, наилучший стихийный тренинг жизни в обоих мирах и саморазвития через стремление к их объединению.

Кроме того, религиозная деятельность любого народа слишком значима для истории, чтобы не быть предметом игр — как стихийных, так и организованных. Переживание заново становления мира и становления духа, подобное которому происходит в мистериях, открывает путь к вере как к познанию путем доверия, а не путем сомнения. Должна ли православная церковь, да и другие православные сообщества, способствовать организации игр по историческим сюжетам, на историко-религиозные темы? Ведь это способ осмысления истории и актуализации историко-культурного наследия, хотя и не вполне каноничный. В Тюменской области есть положительный опыт подобного взаимодействия, наработанный в конце прошлого века — начале нынешнего: серия сюжетно-ролевых игр для школьников «Сибирь: наслед-

ники», проведенная гуманитарным клубом «Эль Формен — Звезда Севера» при поддержке ММОД «Сибирь молодая православная». Участники этих игр занимаются теперь разнообразной деятельностью, — научной, преподавательской, экологической, инженерно-технической, природоохранной, — и вся эта деятельность общественно полезна, гуманитарно значима и высоко духовна. Не все из них воцерковленные христиане, — и не все из них верующие. Но каждый живет по совести и воспитывает своих детей в уважении к родной культуре. Возможно, стоит возобновить совместную организацию подобных историко-гуманитарных проектов игрового характера.

Эффективность игры в воспитании духа подтверждена и историческим опытом взаимодействия славянской языческой и христианской православной культур. Народные игровые практики, связанные с календарными обрядами, долгое время — в течение нескольких веков — были камнем преткновения и предметом серьезных разногласий между церковной и народной культурами. Светская власть страны в этих разногласиях поддерживала церковную позицию — изданный в 1648 году указ царя Алексея Михайловича «Об исправлении нравов и уничтожении суеверий» это продемонстрировал. Хотя и народные площадные театры ставили к этому времени большинство пьес на евангельские сюжеты, и в народных святочных песнях Христа славил едва ли не чаще, чем Коляду. И летние очистительные ритуалы огнем и водой посвящались не только Купале, но Иоанну Крестителю и таинству крещения. То есть игровое начало из культуры изгнать не удалось, что неудивительно, ведь для человека оно сущностно важно, — и единственным возможным выходом из конфронтации оказалась христианизация игровых практик. К настоящему времени народный календарь объединился с православным, каждый календарный праздник нашел себе покровителя из числа христианских святых, и их разграничение в теории представляется скорее удивительным, чем закономерным. Возможно, и другие игровые практики — компьютерные, живые ролевые, квест-игры — либо попадут под влияние православия, либо распространят свое влияние на него. В обоих случаях, как и в случае с народной культурой, это будет аккультурация — то есть взаимопроникновение, взаимодействие для создания единого духовно-преобразующего поля.

Библиографический список

1. Евангелие от Матфея, Глава 18, стихи 1–6 / Синодальный перевод. — URL : https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/mt/18:1-6
2. Костецкий, В. В. Девиация в онтологическом статусе игры [Текст] / В. В. Костецкий // Проблемы девиантного поведения молодежи : монография / под общ. ред. А. И. Числова, Н. В. Блажевича. — Тюмень, ТЮИ МВД РФ, 2007. — С. 130–141.
3. Хейзинга, Й. Homo Ludens. Человек играющий : статьи по истории культуры / пер. с нидерланд. и сост. Д. В. Сильвестрова. — 2-е изд, испр. — Москва : Айрис-пресс, 2003. — 496 с. — (Библиотека истории и культуры).

Сведения об авторе

Лосинская Анна Юрьевна, канд. филос. наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности, культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, г. Тюмень, Россия, annal_72@mail.ru

Losinskaya Anna Yurievna, Doctor of Philosophy, Associate Professor of the Social-Cultural Activity, Cultural Science and Sociology Department, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, annal_72@mail.ru

УДК 008: 322

*Н.А. Лосинская, А.Ю. Лосинская**N.A. Losinskaya, A.Yu. Losinskaya*

ПРОБЛЕМА СЕКУЛЯРНОСТИ: КОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ КАТЕГОРИИ И СОЗНАНИЕ ПОДРОСТКОВ

THE PROBLEM OF SECULARITY: CONFESSIONAL CATEGORIES AND CONSCIOUSNESS OF ADOLESCENTS

Аннотация. В статье отмечается, что секуляризация — одна из значимых проблем современного российского образования. С одной стороны, это требование закона, а точнее — ст. 14 Конституции РФ, согласно которой Россия является светским государством. И гражданин этого государства, имеющий право на образование (ст. 43 Конституции РФ), предполагает при этом светское образование.

Ключевые слова: образование, воспитание, традиционные ценности, культура потребления.

Annotation. The article notes that secularization is one of the significant problems of modern Russian education. On one hand, this is a requirement of the law, or rather, Art. 14 of the Constitution of the Russian Federation, according to which Russia is a secular state. And a citizen of this state, who has the right to education (Article 43 of the Constitution of the Russian Federation), assumes a secular education.

Keywords: education, upbringing, traditional values, consumption culture.

Следует отметить, что образование — и по закону РФ «Об образовании», и по фактическим принципам образовательной деятельности, — неотделимо от воспитания. А воспитание традиционно относилось к ведению семьи и религиозных институтов. И сейчас возрождение религиозных институтов, а также их роли в воспитательном процессе требует возвращения в жизнь религиозных норм. По крайней мере, в школе создается такое впечатление — беседы с учащимися о ценностях семьи, родительства, целомудрия и нравственной позиции, как правило, исходят из конфессиональной терминологии.

Так, ТРОО «Центр защиты материнства “Покров”», проводя просветительские лекции в школах и вузах Тюмени о радости материнства и предотвращении абортов, обращается к категориям «греха», «предназначения женщины», к противопоставлению «жизни» и «выбора», имея в виду репродуктивный выбор. Психологи доабортного консультирования в лечебных учреждениях тоже апеллируют к понятиям религиозного сознания, хотя и не столь активно. И понятно их желание сохранить как можно большее число беременностей — это показатель эффективности их работы. И в пропаганде материнства ничего страшного нет — кроме, возможно, самого факта пропаганды как целенаправленного воздействия на массовое сознание, — но это неизбежность «государственной машины». Но иррациональный подход апеллирует к конфессиональным категориям, принятым далеко не в каждой семье. Людей, воспитанных преимущественно в светской рациональной традиции,

он может насторожить — и настораживает. У современного человека — а тем более молодого человека, не так давно освоившего критическое мышление и принятие рациональных решений, — иррациональный подход с большой вероятностью вызовет столь же иррациональный, простите за тавтологию, протест. Это проблема не только церковной, но и государственной пропаганды. Да и пропаганда культуры потребления — реклама и маркетинг — отторгается по причине явного (даже если по первоначальному замыслу — тайного) рассчитанного суггестивного воздействия.

Желание и, возможно, потребность вернуть молодежь к традиционным ценностям вполне объяснима: ценности, проверенные многовековым опытом, представляются в нашу «эпоху перемен» наиболее приемлемыми. А способность индивида руководствоваться не просто разумом, а ценностными основаниями в своем выборе считается высшим уровнем социального развития. Еще в прошлом веке Макс Вебер, выдающийся немецкий социолог, рассуждая об основаниях социальных действий, выделял четыре таких основания: действия могут быть аффективными, традиционными, целерациональными и ценностно-рациональными. Аффективные действия, да и традиционные тоже, Вебер не считает до конца социальными, поскольку в них не выражена ориентация на другого человека. В них — лишь направленность на свои эмоции и чувства или на традицию, обычай, табу как внешний объект для индивида [1, с. 71]. Целерациональное действие производится на основе свободного выбора индивидом цели и средств ее достижения, учитывая предполагаемую реакцию других людей на этот выбор и соотнося свое поведение с их ожиданиями. То есть личный выбор обязывает связать свою цель с интересами других и учитывать их. Ценностно-рациональное действие основывается на разделяемых индивидом ценностях и идеалах, которые тот способен поставить выше расчета, выгоды, делового успеха, то есть выше своей рациональной цели. Ценность, — долг, честь, спасение души и т.д., — становится более высоким мериллом, чем рационально поставленная цель.

Именно этому — ценностно-рациональному подходу — учит и церковь, и семья, и школа. Однако говорить с современными юношами и девушками надо бы рациональным языком, активизируя критическое мышление. В этом и должна, на наш взгляд, состоять секуляризация образования и воспитания. А конфессиональные подходы и подобный им традиционализм следует вводить воспитательный процесс с большой осторожностью.

Библиографический список

1. Латышева, В. В. Основы социологии и политологии : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Латышева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2019. — 304 с. — (Профессиональное образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL : <https://urait.ru/bcode/437410> (дата обращения : 14.10.2021).

Сведения об авторах

Лосинская Анна Юрьевна, канд. филос. наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности, культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, г. Тюмень, Россия, annal_72@mail.ru

Лосинская Надежда Александровна, студент 2 курса спо по направлению «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, nadyal_72@mail.ru

Losinskaya Anna Yurievna, Doctor of Philosophy, Associate Professor of the Social-Cultural Activity, Cultural Science and Sociology Department, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, annal_72@mail.ru

Losinskaya Nadezhda Aleksandrovna, 2nd year vocational school student in the direction of “Tourism”, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, nadyal_72@mail.ru

УДК 65.01

*Т.А. Меркель**T.A. Merkel*

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ УЧРЕЖДЕНИЯМИ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

MARKETING APPROACH TO THE MANAGEMENT OF CULTURAL AND ART INSTITUTIONS

Аннотация. Для сферы культуры и искусства остаются справедливыми фундаментальные аспекты маркетинга. Они сводятся к тому, что потребитель должен получить художественный продукт, остаться им довольным и быть удовлетворенным непосредственно процессом его потребления. Следовательно, инструменты маркетинга в социально-культурной сфере используются с учетом специфики художественного товара, который создается для общественного или индивидуального культурного потребления.

Ключевые слова: маркетинг, управление, культура, социально-культурная сфера, концепция, потребление.

Annotation. For the sphere of culture and art, the fundamental aspects of marketing remain valid. They boil down to the fact that the consumer must receive an artistic product, remain satisfied with it and be satisfied directly with the process of its consumption. Consequently, marketing tools in the socio-cultural sphere are used taking into account the specifics of an artistic product that is created for public or individual cultural consumption.

Keywords: marketing, management, culture, socio-cultural sphere, concept, consumption.

Маркетинг в социокультурной сфере обладает определенными характеристиками, которые трансформируют весь маркетинговый комплекс и оказывают серьезное влияние на выбор маркетинговых технологий, а именно [3, с. 29]:

- в значительной степени некоммерческий характер деятельности организаций, оказывающих социально-культурные услуги;
- активное вмешательство, управление и финансирование со стороны государства учреждений, предоставляющих социальные культурные услуги, а также пристальное внимание общественности к качеству и количеству предоставляемых услуг в области культуры;
- при планировании и внедрении продуктов и услуг в сфере культуры основной упор делается на получение максимального социального эффекта; неоднозначность целей социально-культурной деятельности и возможность расширения их;
- продукты и услуги в области культуры для удовлетворения всех видов человеческих потребностей-от повседневной культуры, которая фоку-

сируется на более низких уровнях в иерархии потребностей, до более высоких уровней человеческих потребностей;

- увеличение числа и степени конкуренции среди потенциальных участников, желающих иметь возможность формировать социально-культурные услуги; конкуренция между учреждениями и творческими личностями с целью привлечения клиентов (зрителей) для получения социально-культурных услуг; нерыночное давление на потенциальные возможности организации в предоставлении платных услуг.

Задачи, которые могут быть решены благодаря использованию маркетинговых технологий в социально-культурной сфере [1, с. 87]:

- повысить надежность продуктов и услуг в области культуры и предоставляемых пользователям в соответствии с наиболее значимыми для них свойствами услуг, например, качеством, ценой, местоположением, квалификацией и т.д.;

- повышение конкурентоспособности учреждений культуры на основе систематической реализации маркетинговых планов;

- безопасность обслуживания клиентов, которая подразумевает не только физическую безопасность при удовлетворении спроса на услуги, но и экономическую, социальную, экологическую и т.д.

Центральное определение маркетинга в социокультурной сфере заключается в определении потребности, которая представляет собой потребность, имеющую конкретное воплощение, характеризующуюся уровнем культуры и личностными характеристиками индивида. Потребность принимать форму объектов, удовлетворяющих конкретную потребность способом, характерным для данного общества. Человеческие потребности почти безграничны, но у них есть границы и ресурсы для их удовлетворения [2, с. 47].

Исследование показывает зависимость интересов молодежи от уровня образования. Респонденты с высшим или неполным высшим образованием явно больше интересуются такими видами искусства, как литература, театр, живопись, архитектура. Значительную роль в структуре культурных потребностей играют познавательные потребности, которые проявляются в стремлении овладеть ценностями культуры, повысить культурный уровень личности. Это, прежде всего, потребность в чтении [4, с. 71].

Использование учреждениями культуры целого комплекса маркетинговых технологий не только повысит качество услуг, предоставляемых конкретной организацией, в частности, сегментом рынка, но и позволит перейти на новый этап развития рынка в целом социально-культурных услуг и в наибольшей степени удовлетворить потребности населения [5, с. 39].

Мы провели анализ маркетингового управления в АУК МО ЗГО «РЦКД Новозаимский».

Основная деятельность Дома культуры достаточно разнообразна, в связи с этим было принято решение реализовать маркетинговую стратегию, которая включает:

- сегментация;
- местоположение;
- маркетинговый комплекс (7С);
- маркетинг отношений.

Исследование показало, что 65% посетителей СДК (f) составляли женщины и 35% мужчин соответственно. Структура респондентов характеризуется преобладанием людей возрастных групп 10–25 лет и 36–55 лет (со-

ответственно 19% и 42% от числа опрошенных). Не все респонденты проживают на территории поселка Новая Заимка, около 15% студентов приезжают из дома на выходные и праздничные дни.

Род занятий участников опроса очень разнообразен — от учащихся средних школ до пенсионеров.

В исследовании представлены все группы экономического статуса, которые различаются по уровню доходов:

- основную часть коллекции составили респонденты, которые оценили свой уровень дохода как средний (49%);
- посетители учреждений культуры, которые считают свои доходы в среднем ниже или очень низкими, что составляет 14% и 7% от числа респондентов соответственно; клуб, досуг, маркетинг, персонал.
- 10% респондентов относят себя к группе с уровнем дохода выше среднего;
- около 20% участников опроса затруднились определить свое финансовое положение.

Среди пользователей сервиса в организации культуры люди с высшим образованием составляют 23%, средним специальным образованием — 52%, в целом — 25%.

Основные цели визита СДК «культурно-просветительская» — 28%, «досуговая» — 48%, «познавательная» — 13%, «информационная» — 11%.

Выявление случаев низкой культурно-досуговой активности.

Большинство респондентов выразили желание чаще посещать учреждения культуры — 73%.

Согласно исследованию основными причинами низкой культурно-досуговой активности являются:

- нехватка свободного времени (30%);
- усталость после работы (15%);
- состояние здоровья (5%);
- рабочее время учреждений культуры (18%);
- семья и условия жизни (7%);
- недостатки в работе организаций культуры (1,5%).

Социально-психологический климат в коллективе благоприятный. В Ново-заимском ДК имеется небольшой методический запас литературы, накопленной и время от времени приобретаемой. Рекламно-информационная деятельность: для каждого мероприятия пишутся и развешиваются плакаты, составляются пригласительные билеты, используются материалы для публикации.

К недостаткам относятся: отсутствие обслуживания, небольшая вместимость аудитории, недостаточная осведомленность о ДК.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что необходимо по возможности улучшать техническое оснащение СДК (привлечение средств за счет фандрайзинга), больше размещать рекламной информации о деятельности клуба (возможно использование средств интернета — создание веб-сайта), внедрять новые услуги в деятельность СДК.

Для повышения конкурентоспособности услуг ДК предлагаются рекомендации по совершенствованию деятельности. Эти мероприятия включают: внесение изменений в режим работы досугового центра, повышение качества обслуживания, улучшение предоставления информации о работе досугового центра населению, внедрение системы мониторинга посетителей, удовлетворенных качеством и доступностью услуг. Разработка рек-

ламной кампании с использованием местной газеты и интернета. Повысить уровень сервиса можно за счет дополнительных услуг: печать любых документов, печать фотографий, создание и изготовление календарей, визиток, плакатов, сканирование и ксерокопирование, где ДК является дополнительной финансовой поддержкой в развитии.

Библиографический список

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Изд-во «Юрайт», 2021. — 304 с.
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов : практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Изд-во «Юрайт», 2019. — 474 с.
3. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Изд-во «Юрайт», 2021. — 559 с.
4. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 238 с.
5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Изд-во «Юрайт», 2021. — 315 с.

Сведения об авторе

Меркель Татьяна Анатольевна, студент кафедры социально-культурной деятельности культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, бакалавриат, Тюмень, Россия, tanya.merkel.79@mail.ru

Merkel Tatyana Anatolyevna, student of the Department of Social and Cultural Activity of Culturology and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, bachelor's degree, Tyumen, Russia, tanya.merkel.79@mail.ru

УДК 379.8.091

*Д.Д. Начметдинова, Ю.Д. Гармаш, Е.В. Дружинина**D.D. Nachmetdinova, Yu.D. Garmash, E.V. Druzhinina***«ПУШКИНСКАЯ КАРТА»: ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ЗАМЕТКИ****“THE PUSHKIN CARD”: PRELIMINARY NOTES**

Аннотация. Пушкинская карта — проект, разработанный и принятый Министерством культуры РФ, позволяющий молодежи с 14 до 22 лет получить денежные средства на приобретение билетов на культурные мероприятия. Внедрение «пушкинской карты» позволит приобщить более широкие массы молодого населения к социально-культурным ресурсам, повысить уровень духовности в стране в целом.

Ключевые слова: проект, мероприятия, культура.

Annotation. “The Pushkin Card” is a project developed and adopted by the Ministry of Culture of the Russian Federation, which allows young people from 14 to 22 years old to receive funds to purchase tickets for cultural events. The introduction of the “the Pushkin card” will make it possible to involve the wider masses of the young population in social and cultural resources, to raise the level of spirituality in the country as a whole.

Keywords: project, events, culture.

«Пушкинская карта» в первую очередь создана для выработки потребности в услугах, оказываемых музеями, театрами, галереями и др. Мероприятия, которые можно посетить в рамках данной программы, указаны в афише на сайте культура.рф или в специальном приложении «Культура», которое действует на основе портала Госуслуги. Приобрести билеты можно в электронном варианте, для этого физическая копия карты не нужна — необходимо ввести реквизиты на странице оплаты. Для того чтобы воспользоваться «пушкинскими рублями», как их еще называют, при оплате в кассах учреждений культуры необходимо предварительно получить пластиковую карту в отделении Почтабанка. Примечательно, что средства «Пушкинской карты» нельзя потратить ни на что другое, кроме как на культурные мероприятия. Процесс получения самой карты достаточно прост.

Необходимо иметь подтвержденную учетную запись на портале Госуслуг, скачать приложение на мобильное устройство, а затем заполнить анкету согласно инструкции. Здесь могут возникнуть некоторые сложности с технической стороны, поэтому нельзя сказать, что данная программа доступна абсолютно всем.

Несомненно, это необходимое положительное влияние на развитие и культурный рост молодежи, однако стоит учитывать и следующие факторы. Первое — это доступность программы для широких масс (стоит учитывать, что не каждый человек из группы, на которую нацелена данная программа, сможет ею воспользоваться); второе — внедряемость и широкий охват (не все

учреждения культуры смогут быстро и качественно «влиться» в данную программу); и третье — актуальность программы на данный момент времени.

«Пушкинская карта» является, несомненно, крайне интересным проектом с точки зрения культурных и социальных аспектов.

«Пушкинская карта» дает возможности для культурного обогащения молодежи, ее просвещения и приобщения к культурным ценностям страны. Одним из удобств ее использования можно отметить ее электронный вариант, который можно загрузить через мобильное приложение «Госуслуги.Культура». Молодежь возрастом от 14 до 22 имеет возможность сходить на разные форматы культурных мероприятий, начиная от концерта в театре, заканчивая экскурсией в музей, а также дает возможность приобретения билетов не только для себя, но и для кого-то еще (например, для членов своей семьи)

Однако существует ряд минусов, которые нельзя не отметить:

1. Непотраченные деньги сгорают при наступлении нового года. Копить на какой-нибудь дорогой билет, увы, не получится.

2. Особых условий при покупке билетов для льготников нет.

3. Оплачивать часть стоимости билетов этой картой нельзя. Только полную стоимость.

4. Положить на карту денег является невозможным.

Подытоживая все плюсы и минусы, можно сказать, что этот проект Министерства культуры РФ является недоработанным, т.к. возможности ее использования ограничены временем ее использования и суммой данных средств на карте, нет информации о том, сколько по времени будет работать данная карта и можно ли будет использовать ее в 2022 году, а иначе к чему было тогда ограничение в использовании карты до декабря.

Также следует отметить проблемы с навигацией по мобильному приложению «Госуслуги.Культура». Помимо того, что в приложении отображаются не все культурные учреждения и не все мероприятия в их рамках, если мы воспользуемся поиском, то искать учреждения будет не по месту проживания, а по его региону, что может вызвать затруднение и даже проблемы, а именно: покупка билетов на мероприятие, расположенное в другом городе, до которого нет возможности добраться. Нет также возможности возврата билета ради получения своих денег или хотя бы их части назад на карту, чтобы приобрести билет на другое, более интересное мероприятие.

Сведения об авторах

Гармаш Юлия Дмитриевна, студент кафедры социально-культурной деятельности культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, бакалавриат, Тюмень, Россия, star246821@gmail.com

Дружинина Елена Витальевна, студент кафедры социально-культурной деятельности культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, бакалавриат, Тюмень, Россия, elenusya19@mail.ru

Начметдинова Дания Дамировна, студент кафедры социально-культурной деятельности культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, бакалавриат, Тюмень, Россия, nachmetdinova_d@tumgik.ru

Garmash Yuliya Dmitrievna, student of the Department of Socio-Cultural Activities of Cultural Studies and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, bachelor's degree, Tyumen, Russia, star246821@gmail.com

Druzhinina Elena Vitalievna, student of the Department of Social and Cultural Activities of Culturology and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, Bachelor's degree, Tyumen, Russia, elenusya19@mail.ru

Nachmetdinova Dania Damirovna, student of the Department of Social and Cultural Activities of Culturology and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, Bachelor's degree, Tyumen, Russia, nachmetdinova_d@tumgik.ru

УДК 379.831

О.В. Осколкова

O.V. Oskolkova

—◆◆◆—

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
НА ПРИМЕРЕ АВТОНОМНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
«КУЛЬТУРА И МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА»
ИСЕТСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА**

**THE FUNCTIONING OF INSTITUTIONS OF SOCIO-CULTURAL
ORIENTATION IN MODERN CONDITIONS ON THE EXAMPLE
OF THE AUTONOMOUS INSTITUTION “CULTURE
AND YOUTH POLICY” OF THE ISETSKY MUNICIPAL DISTRICT**

Аннотация. В статье рассмотрены особенности функционирования и развития учреждений социально-культурной сферы в современных условиях на примере автономного учреждения «Культура и молодежная политика» Исетского муниципального района. Представлена и проанализирована классификация структуры учреждения. Определены актуальные проблемы в развитии и предложены методы их решения.

Ключевые слова: социально-культурная деятельность, управление, менеджмент, инновационные технологии.

Annotation. The article discusses the features of the functioning and development of institutions of the socio-cultural sphere in modern conditions on the example of the autonomous institution “Culture and Youth Policy” of the Isetsky municipal district. The classification of the structure of the institution is presented and analyzed. Actual problems in development are identified and methods for their solution are proposed.

Keywords: socio-cultural activities, administration, management, innovative technologies.

—◆◆◆—

Деятельность учреждений социально-культурной направленности — это образная модель организации социально-культурного пространства для населения, которая реализуется через деятельность в основном учреждений культуры.

В условиях современных потребностей и технологий вопрос организации и управления учреждением социально-культурной направленности требует обязательного изучения, так как грамотное и четкое руководство данным процессом послужит развитию и преобразованию социально-культурного пространства в соответствии с требованиями современного социума. Сфера культуры — это важнейшая форма развития человека и обще-

ства, всепроникающий характер которой обосновывается влиянием на все сферы жизни общества — экономику, политику, информационную сферу, национальную безопасность.

Так как проблемы для всех организаций культуры являются сходными, для рассмотрения темы выбрано автономное учреждение, в структуру которого входят: сельские клуб, библиотеки, музей, районный Дом культуры, молодежный центр и передвижной культурный комплекс.

Теоретическое и практическое осмысление деятельности социально-культурных учреждений, несущих в массы ценностные культурологические основы развития современного мира, национальной среды, являются актуальными для изучения и познания в разрезе таких современных наук, как экономика, менеджмент, культурология, социология, педагогика, и многих других.

Значительный вклад в разработку новых концепций и технологий социального управления культурно-досуговой деятельностью внесли ученые Санкт-Петербургского университета культуры и искусств и Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов — М.А. Ариарский, А.С. Запесоцкий, В.Е. Триодин, А.П. Марков, Г.М. Бирженюк, Б.В. Титов, К.Н. Измайлов и другие.

Менеджмент — это система управленческой деятельности, которая обеспечивает успешное функционирование различных социальных институтов — организаций, осуществляющих ту или иную социально значимую деятельность. Совокупность таких организаций, предприятий и есть социально-культурная сфера, выполняющая социально-культурные функции, которые имеют определенное значение для культурного развития всего общества. Таким образом, в социально-культурную сферу входят такие предприятия и организации, как театры, библиотеки, музеи, клубы, молодежные центры, центры творческого и спортивного развития, то есть все те организации, которые производят товары и услуги, необходимые для удовлетворения социально-культурных потребностей человека. Данные организации принадлежат к различным формам собственности и ведомственной направленности: государственные, муниципальные, частные, общественные. Менеджмент в направлении социально-культурного развития представляет для нас особый интерес, так как для перспективного развития культуры важны возможности сотрудничества с другими сферами деловой активности. Главная особенность менеджмента данной сферы заключается в зарабатывании денег преимущественно не на основе простой коммерции, а на привлечении средств заинтересованных «доноров»: спонсоров, меценатов — благотворителей. Важен также переход от сугубо административно-распределительной технологии управления к более широкому использованию экономических методов, от дотационного бюджетного финансирования к программному финансированию, к конкуренции за бюджетные средства, необходимости широкого привлечения внебюджетных средств, идеологической и политической направленности, хозяйственной самостоятельности. И это все радикально меняет требования к профессиональным качествам менеджера социально-культурной сферы. Социально-культурная сфера включает деятельность как некоммерческую, так и коммерческую (платные услуги); как местного, так и международного масштаба. Культура и бизнес в современном социуме не только дополняют друг друга, но и немыслимы друг без друга. То общество, в котором сложились и развиваются формы сотрудничества делового мира и социально-культурной сферы, способно к саморазвитию и саморегуляции социально-экономических и культурных процессов.

Одним из важных подходов управления учреждением социально-культурной сферы является социокультурное проектирование, которое охватывает различные направления деятельности [10]:

- проектирование среды (объектами являются памятники истории и культуры, аттракционы, парки, выставочные павильоны, учреждения культуры и искусства), направленное на формирование и совершенствование социокультурного пространства: досугового, рекреационного, социального, рабочего;
- проектирование воспитательных программ с целью решения педагогических задач, социализации личности, развития индивидуальности, творческого потенциала, новых ценностей;
- проектирование досуговых и рекреационных программ, направленное на организацию досуга и отдыха с целью восстановления духовных и физических сил человека;
- проектирование бытовых услуг (автоматизация музейных каталогов, комплексное экскурсионное обслуживание, культурно-просветительские и туристические услуги) социокультурного обслуживания;
- проектирование экспозиционных структур с целью сохранения, восстановления и популяризации культурных ценностей.

Факторы овладения менеджером социально-культурной деятельности основами социокультурного проектирования звучат следующим образом [7]:

- социокультурное проектирование как технология имеет широкую сферу применения, которая используется в профессиях социального, культурологического и педагогического направления. Несмотря на свои задачи вышеупомянутых направлений, конечный результат един — это проект, предназначенный для практической реализации;
- овладение логикой и технологией социокультурного проектирования позволяет эффективно осуществлять аналитические, управленческие, консультационные и прогностические функции;
- проектные технологии обеспечивают конкурентоспособность на рынке труда специалистов социокультурной сферы.

Следовательно, для менеджера социокультурной деятельности исторический аспект управления проектами имеет важное значение, так как успешность его деятельности зависит от степени овладения знаниями, а изучение социокультурных процессов является необходимым условием влияния на активизацию и дальнейшее развитие данной деятельности. Мобилизация внутренних ресурсов социокультурной деятельности, совершенствование механизмов саморазвития, адаптации к рыночным условиям, создание системы духовной защиты населения также имеют важное значение для менеджера социокультурной сферы.

Таким образом, постоянное совершенствование системы управления социокультурными учреждениями, создание условий для удовлетворения культурных, познавательных и социальных потребностей, информационное обслуживание, внедрение в практику инноваций являются основой совершенствования всей системы управления социально-культурной сферы.

В культурном развитии муниципалитетов важную роль играет налаживание сотрудничества между районами, регионами, именно это повышает значимость культурного наследия. Развитие любительских коллективов различных видов искусств, сохранение и популяризация народных местных традиций при финансовой поддержке Министерства культуры России способствуют развитию социокультурных мероприятий, проводимых в различных территориальных зонах.

Но, как показывает европейский опыт, на пути к децентрализации возможны и негативные последствия, в основе которых могут быть:

- неопределенность региональными органами власти приоритетов в предоставлении социокультурных услуг, особенно социально незащищенным слоям общества;
- недостаточный потенциал местных органов в управлении техническими услугами;
- отсутствие взаимосвязи между руководителями различных структур и уровней власти;
- ухудшение качества услуг при отсутствии системы четкого регулирования;
- несовершенство системы отчетности с выполнением общенациональных задач;
- увеличение вероятности коррупции [3, с.150].

Общая культура организации выделяет три основные категории:

1. Овеществленная социокультурная сфера, представляющая совокупность предметно-вещественных элементов деятельности, в основе которой технологические средства социально-культурных процессов, обуславливающие уровень развития общественно-продуктивного, предметно-творческого потенциала коллектива.

2. Технологичность социокультурной сферы, где проявляется степень интеграции инновационных научных, технологических и практических программ и проектов в сфере культуры.

3. Технологии создания культурных продуктов и услуг на уровне креативного труда творческих и технических специалистов, общественных помощников. Культурная среда — это имидж, авторитет и популярность учреждений культуры среди населения.

При этом культура социокультурного учреждения обеспечивается при соблюдении таких структурных параметров, как культура творческого и производственного труда; культура создания продуктов, услуг и трудового процесса; культура управления и организации межличностных отношений в трудовом коллективе; культура самих работников.

Автономное учреждение «Культура и молодежная политика» (далее — АУ «КиМП») является юридическим лицом, деятельность которого регламентирована действующим законодательством РФ: Федеральным законом от 03.11.2006 №174-ФЗ «Об автономных учреждениях». У учреждения имеется утвержденный учредителем устав, Положение о премировании специалистов учреждения, Положение об антикоррупционных действиях, Положение о пожарной и антитеррористической защищенности объектов культуры в Исетском районе.

По данным статистики 2019 года, численность населения Исетского муниципального района составляет 25 693 чел.

В настоящее время социально-культурной деятельностью на территории Исетского района занимаются 52 учреждения, входящие в состав структуры АУ «КиМП». Организацию досуга, услуги библиотечной и музейной деятельности, реализацию программ молодежной политики осуществляют также структурные подразделения АУ «КиМП». Основной целью в деятельности АУ «КиМП» является обеспечение прав граждан, гарантированных Конституцией Российской Федерации, на доступ к культурным ценностям, библиотечным носителям информации, музейным фондам.

В структуре АУ «КиМП» находится 52 учреждения, среди которых — центральная библиотечная сеть, включающая в себя детский и взрослый абонемент в с. Исетское и 19 сельских библиотек в сельских поселениях на территории Исетского района, Исетский народный краеведческий музей им А.Л. Емельянова, Молодежный центр, районный Дом культуры, 12 сельских клубов и 15 домов культуры, передвижной культурный комплекс.

На базе молодежного центра на протяжении 10 лет плодотворно работают, реализуя ряд мероприятий молодежной политики по профилактике, такие направления, как добровольчество и Юнармия. В 2019 году наше учреждение активно включилось в реализацию мероприятий национального проекта «Культура». По согласованию с департаментом культуры Тюменской области учредителем АУ «КиМП» была разработана и утверждена дорожная карта реализации национального проекта, в которую вошли три региональных проекта: «Творческие люди», «Цифровая среда», «Культурная среда».

Специалисты молодежного центра апробировали инновационные технологии в реализации деятельности виртуального концертного зала в рамках реализации национального проекта «Культура», регионального проекта «Цифровая среда». В рамках этого же проекта на базе ИНКМ им. А.Л. Емельянова начал работать «Артефакт» — гид по музеям России с технологией дополненной реальности.

В региональный проект «Культурная среда» включены 5 объектов культуры Исетского района, требующих капитального ремонта и строительства. Кроме этого, в декабре 2019 года нашим учреждением получены заключения экспертизы от ООО «ЛенСудЭксперт» на признание аварийными двух домов культуры. В связи с этим в перечень на строительство новых модульных сельских клубов и инновационного Дома культуры также вошли наши объекты. В данный момент согласно дорожной карте выполнен ряд работ, связанных со сносом аварийных зданий, привязкой проекта нового объекта культуры к земельному участку.

Основным функционалом АУ «КиМП» являются:

- реализация государственных и муниципальных целевых программ в сфере культуры и молодежной политики;
- проведение районных, областных официальных культурно-массовых мероприятий;
- создание условий для организации досуга населения Исетского муниципального района услугами учреждений;
- сохранение, использование и популяризация объектов культурного наследия Исетского муниципального района, а также охрана данных объектов;
- ведение бухгалтерского, кадрового, информационно-технического, юридического сопровождения и обслуживания подведомственных учреждений культуры;
- финансирование деятельности подведомственных учреждений культуры;
- подготовка, согласование и реализация в рамках своих полномочий проектов, нормативно-правовых актов муниципалитета по вопросам в сфере культуры;
- обеспечение информационной открытости учреждения по вопросам в сфере культуры и молодежной политики.

Для выполнения данного функционала наше учреждение осуществляет следующие виды деятельности:

1. Библиотечное обслуживание населения с учетом потребностей интересов различных социально-возрастных групп.

2. Музейное обслуживание населения, сбор и хранение музейных предметов и коллекций.

3. Культурно-досуговое обслуживание населения.

4. Реализация программ в сфере молодежной политики.

Автономное учреждение «Культура и молодежная политика» Исетского муниципального района ставит своей целью не только поддержку самобытной народной, но и улучшение всей сельской социально-культурной деятельности, в том числе и восстановление культурной инфраструктуры.

Для нас культура — это не только то, что происходит в наших культурно-досуговых учреждениях, но и то, что привлекает наше внимание и внимание жителей района на улицах и в домах наших земляков. Очень ценно и важно, что у исетских работников культуры есть понимание того, что сегодня нельзя работать по старинке, но и забывать былой опыт тоже нельзя. Поэтому нам просто необходимо выстраивать новую модель работы с нашим самобытным населением, богатым своими старообрядческими традициями и устоями. Массовость, зрелищность, профессионализм — все это не оставляет в стороне ни одного жителя, привлекая и увлекая в социально-творческую деятельность. На территории района реализуется широкий спектр национальных фестивалей и конкурсов, что привлекает в наш район гостей и туристов из других регионов.

Организация полноценного предоставления услуг в сфере культуры, здорового отдыха и досуга — одна из главных задач наших работников культуры. Все они стараются, чтобы сельские учреждения культуры стали не просто местом отдыха, но и центром воспитания духовности и высоких культурных качеств.

Говоря о работе наших специалистов в сфере социально-культурной направленности, можно смело сказать, что работа по сохранению и развитию духовно-нравственного, физического и интеллектуального здоровья, повышению качества жизни ведется очень активно.

Культура и молодежная политика Исетского района в последние годы интенсивно набирает темпы своего развития. Но для удержания передовых позиций и развития дальнейшего роста необходимо продолжать всестороннюю работу, искать и внедрять инновационные формы деятельности, поддерживать разумные инициативы, безотлагательно решать возникающие вопросы в данной сфере.

Инновационные технологии и проекты сегодняшнего дня диктуют необходимость развития моделей социально-культурной деятельности на всем пространстве как района, так и за его пределами. Меняется язык коммуникации, развиваются цифровые технологии, обновляются способы кодировки и передачи информации — это диктует изменение форматов и технологий в социально-культурной деятельности со всеми категориями населения. Интернет сегодня является неотъемлемым ресурсом в работе специалистов.

Одним из подходов управления учреждением социально-культурной сферы является, как уже выше было упомянуто, социокультурное проектирование.

Для совершенствования использования инновационных методов управления в социокультурной сфере необходимо постоянное развитие системы управления, созданий благоприятных условий для удовлетворения культурных, познавательных потребностей, обеспечения образовательного процесса в области культуры и искусства, информационной открытости для всех категорий населения.

Библиографический список

1. Абдулатипов, Р. Г. Региональная культурная политика и образовательно-кадровый потенциал в инновационной модернизации России / Р. Г. Абдулатипов // Культура и образование. — 2013. — № 1 (10). — С. 7–13.
2. Апфельбаум, С. М. Проектный менеджмент. Состояние и перспективы проектной деятельности в российской культуре / С. М. Апфельбаум // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2004. — № 2. — С. 13–18.
3. Богатырева, Т. Г. Современная культура и общественное развитие / Т. Г. Богатырева ; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. — Москва : Изд-во РАГС, 2001. — 170 с.
4. Востряков, Л. Ю. Россия и ее регионы : приоритеты и новые принципы региональной культурной политики / Л. Ю. Востряков. — 6-е изд. — Санкт-Петербург : Изд. дом «Герда», 2018. — 448 с.
5. Генисаретский, О. И. Культурная политика : вызовы и ответы / О. И. Генисаретский. — Москва : Сфинкс, 2019. — 256 с.
6. Дремайлов, А. В. Соответствие информационных услуг музея ожиданиям посетителей : исследование музеев Московского Кремля / А. В. Дремайлов, С. А. Костанян, Е. И. Пахомова // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2010. — № 2.
7. Дридзе, Т. М. Проблемно-ситуационный подход к проектированию / Т. М. Дридзе, Э. А. Орлова // Основы социокультурного проектирования : учеб. пособие по социологии. — Москва, 1995. — 142 с.
8. Есаков, В. А. Характер, цели, задачи и методы управления отраслью культуры в современных условиях / В. А. Есаков // Культура : управление, экономика, право. — 2017. — № 3. — 9 с.
9. Жарков, А. Д. Культурно-досуговая деятельность : учебник для вузов культуры и искусств / под науч. ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. — Москва : МГУК, 1998. — 462с. — ISNDN 5-7196-0650-5
10. Жидков, В. С. Виртуальная реальность и искусство / В. С. Жидков // Системные исследования культуры / Мин-во культуры и массовых коммуникаций РФ, Гос. ин-т искусствознания ; [под. ред. Г. В. Иванченко, В. С. Жидкова]. — Санкт-Петербург : Алетей, — 2009. — С. 198–232.
11. Зуев, С. Э. Социокультурное проектирование : анализ ситуации, постановка проблемы / С. Э. Зуев // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2003. — № 1. — ISSN 1727-6772.
12. Иванов, В. В. Основы управления проектами : учеб. пособие / В. В. Иванов, А. В. Бельц. — Москва, 2000. — 72 с.
12. Курбатов, В. И. Социальное проектирование / В. И. Курбатов, О. В. Курбатова // Социальное проектирование : учеб. пособие / В. И. Курбатов. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2000. — 412 с.
13. Кузицын, Г. М. Проектирование социально-культурных процессов / Г. М. Кузицын // Проектирование социально-культурных процессов : учеб. пособие. — 2 изд., испр. и доп. — Пермь, 2002. — С. 9.
14. Спивак, Д. Л. Актуальные проблемы культурной политики / Д. Л. Спивак // Системные исследования культуры / Мин-во культуры и массовых коммуникаций РФ, Гос. ин-т искусствознания ; [под ред. Г. В. Иванченко, В. С. Жидкова]. — Санкт-Петербург, 2009. — С 294–305.
15. Филиппова, Т. Современный музей как слом стандартов // Ельцин-центр. — 2016. — URL : <http://yeltsin.ru/news/sovremennyy-muзей-kak-slom-slom-standartov> (дата обращения : 01.03.2021).

Сведения об авторе

Осколкова Ольга Владимировна, студент кафедры социально-культурной деятельности культурологии и социологии Тюменского государственного института культуры, бакалавриат, Тюмень, Россия, Oskolkova@tumgik.ru

Oskolkova Olga Vladimirovna, student of the Department of Social and Cultural Activities of Culturology and Sociology, Tyumen State Institute of Culture, Bachelor's degree, Tyumen, Russia, Oskolkova@tumgik.ru

УДК 338.48

Е.В. Петрова, Е.А. Савицкая

E.V. Petrova, E.A. Savitskaya

ЭТНИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ: ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОНЯТИЙ

ETHNIC TOURISM IN RUSSIA: EXPLICATION OF CONCEPTS

Аннотация. В статье определено уточненное содержание понятия «этнический туризм» и его разновидностей, выделены особенности и перспективы развития этнического туризма в России.

Ключевые слова: туризм, этнический туризм, этнографический туризм, ностальгический туризм

Annotation. The article defines the refined content of the concept of “ethnic tourism” and of its varieties, it highlights the features and prospects for the development of ethnic tourism in Russia.

Keywords: tourism, ethnic tourism, ethnographic tourism, nostalgic tourism.

В настоящее время во всем мире возрастает интерес к этнической культуре. Повышенное внимание уделяется задачам сохранения этнокультурного наследия, самобытности, культурного разнообразия, а также к проблемам взаимодействия туризма и культуры.

Актуальность развития этнического туризма заключается в том, что это направление становится одним из самых перспективных направлений рынка туристских услуг во всем мире. Это связано с тем, что данный вид туризма может удовлетворять духовные потребности людей через приобщение к культурным ценностям разных народов. Знакомство с этническими культурами может дать людям возможность почувствовать себя частью многогранного людского сообщества и осознать свою собственную индивидуальность [6, с. 66].

На соотношение туризма этнического и туризма этнографического существуют разные точки зрения. В основном исследователи сходятся во мнении, что данные понятие синонимичны, но не равнозначны. Основные участники этнографических туров — люди, которые профессионально занимаются этнографией. В свою очередь, участники этнического туризма — широкая аудитория туристов, ключевой целью которых является удовлетворение духовных потребностей. Таким образом, этнический туризм — это более широкое понятие, которое включает в себе идею знакомства с этносами в целом [6, с. 67]. К нему еще относят помимо этнографического туризма еще и ностальгический туризм, в состав которого также входят антропологический, джайлоо и аборигенный туризмы.

Ностальгический туризм — это вид туризма, который подразумевает путешествие на места своего рождения или на места рождения своих ро-

дителей или предков. Данный вид туризма позволяет людям получить более подробную информацию об их происхождении, об исторических корнях, про которые они не слышали ранее. Одна из самых частых причин заинтересованности в ностальгическом туризме — это разрыв с исторической родиной. Немалую лепту в это внесли мировые войны: они сгенерировали большие потоки переселенцев, военнопленных и интернированных, большая часть которых так и не вернулась на свою родину. Определенную роль в разрыве с родиной сыграли и исторические миграционные этапы разных народов. В этом случае ностальгический туризм и приобретает черты этнического туризма: люди едут на места, где жили их предки, чтобы постигнуть их быт и жизнь.

Хоть ностальгический туризм и обозначают как синонимичный этническому, данное положение довольно спорно. Не совсем понятно, как можно вписать в рамки этнического туризма посещение родных мест, мест своей юности. Этнический туризм помимо приобщения к этническим корням подразумевает еще и изучение культуры и быта других этнических групп, в том числе и посредством личных контактов с их представителями [3].

Джайлоо-туризм — это одно из самых современных направлений в туризме, которое возникло в конце двадцатого столетия в Кыргызстане, где один из местных туроператоров предложил европейским туристам новый продукт. Первые гости из Швейцарии, Германии, Великобритании и России решились прожить целых семь дней вдали от цивилизации на горных пастбищах в юртах вместе с чабанами. Слово «джайлоо» на русский язык можно перевести как летовка, пребывание на летних пастбищах.

Иногда о джайлоо-туризме говорят как об отдыхе в условиях примитивного или даже первобытного быта. Европейские путешественники жили некоторое время вместе с племенами Африки, Южной Америки, Австралии и Полинезии. Основная их цель заключалась в сборе фактов для своих научных работ.

Особенности данного вида туризма связаны с разными уровнями экстремальности этого отдыха, которые зависят от местных условий. В одних случаях туристов могут ждать пешие переходы с грузом на плечах. В других условиях подстерегают опасности в виде столкновения с дикой природой. Нельзя также забывать о возможности получить серьезное, даже смертельное заболевание, если не поставить прививок. Джайлоо-туризм популярен в России, в Казахстане, в Африке и в Южной Америке [2].

Аборигенный туризм — разновидность этнического туризма, определяющая главной целью знакомство с «экзотическими» народами («экзотические» в данном контексте — проживающие в отдаленных от места проживания туриста районах), а также посещение сообществ с первобытной культурой. При этом виде туризма коренные народы непосредственно вовлечены в организацию туристской индустрии.

Как еще более широкое понятие выделяется этнокультурный туризм. Под этнокультурным туризмом понимается совокупность различных форм туристской активности, обусловленных стремлением к познанию многообразия этнокультурной сферы.

К видам туризма, которые близки к этническому, относят также эколого-этнографический туризм, этнопознавательный туризм, этносоциальный туризм и т.д.

Уточнения понятия этнического туризма и его видов создают условия для их более глубокого изучения. На основе создания точной классификации возможно разработать дифференцированные подходы к каждой разновидности этнического туризма и это способствует их развитию [1, с. 108].

Если говорить о статусе развития этнического туризма в нашей стране, то согласно Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года ожидается комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в стране путем создания конкурентоспособного туристского продукта. Стратегия направлена на усиление внутреннего и въездного туризма, на развитие внутренних туристских ресурсов, в том числе и ресурсов для этнического туризма.

Ни для кого не секрет, что одной из самых сильных сторон нашей страны со стороны туризма является ее этническое многообразие. Полноценный рынок российского этнического туризма находится в процессе становления, однако имеет большие перспективы и становится одним из ведущих направлений туристской деятельности [6, с. 66].

Одними из самых популярных для этнического туризма являются такие регионы России, как Карелия, Бурятия, Хакасия, Коми, Республика Алтай, Якутия и др. 1 апреля 2021 года Ростуризм предложил объединить в нац-проекте по развитию внутреннего туризма федеральный, региональный бюджеты и средства бизнеса для создания сети этномаршрутов по стране [4].

Итак, главной целью этнического туризма является знакомство с культурой, традициями, бытом и обычаями людей, находящихся в тесной взаимосвязи с окружающей средой. Он способствует формированию духовно-нравственного облика личности, выработке ее ценностных ориентаций и жизненной позиции. Проекты, создаваемые для развития и продвижения этнического туризма, должны быть ориентированы на то, чтобы оградить процесс развития экологического и этнического туризма от возможных тенденций к шовинизму. Устойчивость этнического туризма также будет зависеть от этих проектов. Процветание этнического туризма должно способствовать не только сохранению культурного наследия, но и устойчивому развитию российских территорий. С притоком туристов из разных стран и регионов будет решена и задача эффективной межкультурной коммуникации [5, с. 544].

Библиографический список

1. Барлукова, А. Н. Квалификационный статус этнического туризма / А. В. Барлукова // Известия Байкальского гос. ун-та. — 2010. — № 4. — С. 106–108. — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsionnyy-status-etnicheskogo-turizma/viewer> (дата обращения : 11.10.2021).
2. Джайлоо-туризм — что это // Thailand-trip.org : сайт. — URL : <https://www.thailand-trip.org/dzhajloo-turizm-chto-eto> (дата обращения : 15.10.2021).
3. Кирсанов, Д. Ностальгический туризм : что это такое / Д. Кирсанов // Travel247 : сайт. — 2019. — URL : <https://travel247.ru/1947-nostalgicheskij-turizm-chto-eto-takoe> (дата обращения : 15.10.2021).
4. Правительство Российской Федерации. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года : утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сент. 2019 г. № 2129-п. — 57 с. — URL : https://vk.com/doc202415990_598874326?hash=fab0c67992d2e017e1&dl=6c7740784042a7da66 (дата обращения : 15.10.2021).
5. Сиротина, И. Л. Межкультурная коммуникация : этнический туризм / И. Л. Сиротина, П. Ю. Тенхунен, А. Г. Грачева // Известия Самарского науч. центра Российской академии наук. — 2015. — С. 539–544. — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-etnicheskij-turizm/viewer> (дата обращения : 11.10.2021).

6. Соболенко, В. Е. Этнотуризм в России : современное состояние и ориентиры развития / В. Е. Соболенко // Актуальные исследования. — 2020. — № 24 (27). — С. 66–68. — URL : <https://apni.ru/article/1689-etnoturizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения : 15.10.2021).

Сведение об авторах

Петрова Елена Владимировна, студент 4 курса, направление 43.02.03 «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, suyva@yandex.ru

Савицкая Елена Александровна, канд. эконом. наук, доцент кафедры музейных технологий, истории и туризма Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия.

Petrova Elena Vladimirovna, 4th year student of the direction 43.02.03 "Tourism", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, suyva@yandex.ru

Savitskaya Elena Alexandrovna, Ph.D. economy Sciences, Assoc. Department of Museum Technologies, History and Tourism, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 930.2

*Г.С. Пронин**G.S. Pronin***ДЛЯ ЧЕГО НУЖНЫ МУЗЕИ И ЧТО НАЗЫВАТЬ МУЗЕЕМ?****WHAT MUSEUMS ARE FOR AND WHAT TO CALL A MUSEUM?**

Аннотация. В статье рассматривается важность музеев в наше время и для будущих поколений, что такое музеи и какие у него критерии. Как отличить музеи от выставок, игровых пространств и развлекательных центров.

Ключевые слова: музей, искусство, музейная деятельность, сохранение, культурно-досуговое место, художественная галерея, выставочное пространство, современное искусство.

Annotation. The article discusses the importance of museums in our time and for the future generations, what museums are and what criteria they have, how to distinguish museums from exhibitions, game spaces and entertainment centers.

Keywords: museum, art, museum activity, preservation, cultural and leisure place, art gallery, exhibition space, contemporary art.

Прежде всего стоит разобраться с понятийным аппаратом. Начнем с определения музейной деятельности для того, чтобы понять роль историко-культурного наследия нашей жизни, ведь оно — важная составляющая друг друга. Музейная деятельность — один из специализированных типов деятельности в сфере культуры, направленный на выявление, сохранение, изучение и публичное представление культурного достояния, включающего музейные предметы и музейные коллекции, объекты культурного и природного наследия и образцы традиционной нематериальной культуры [6].

Теперь разберем, что же такое «музей»? Это учреждение, занимающееся собиранием, изучением, хранением памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, которая образует потребность в отборе экспонатов, их сохранении и репрезентации.

Сейчас существует очень много различных музеев, таких как краеведческий, исторический, литературный, музыкальный, естественно-научный, театральный и так далее. С развитием компьютерных технологий появились виртуальные музеи. Деятельность музеев становится понятна из профиля, как и его назначение.

Мало таких людей, которые хоть раз в жизни не посещали музей хотя бы потому, что человек с детства приобщается к культуре. К тому же в учебных заведениях посещение таких заведений входит в образовательно-воспитательную программу. Иногда после посещения музея дети задают такой вопрос: зачем нужны музеи? Данный вопрос можно простить детям, но взрослые должны понимать его необходимость.

Необходимо понять, что именно благодаря музеям сохраняется наша история, и музеи представляют собой память, они хранят источники и ценности ушедшего времени, с которыми посетитель сможет познакомиться [3]. Это наше культурное наследие — часть материальной и духовной культуры, созданная прошлыми поколениями, выдержавшая испытание временем и передающаяся поколениям как нечто ценное и почитаемое. К тому же для каждой культуры важны народные традиции и преемственность, без которых не будет культурного многообразия мира. Музей служит своеобразным посредником и главным хранилищем.

Все современные музеи появлялись на протяжении нескольких последних столетий. Слово музей происходит от греческого *museum*, что в переводе означает «дом муз». Так называли какую-либо коллекцию, но со временем понятие стало обозначать дома и здания, в которых находились экспонаты. Изначально предпосылкой создания музеев было желание человека окружить себя чем-то красивым и значимым, а любой современный музей был создан на основе частной коллекции [7].

В мире существует множество различных тематических музеев и выставок. Значительные и не очень, они предлагают своим посетителям ознакомиться с экспозицией и сформировать свое мнение о том или ином художнике, периоде истории, культуре или стране.

В последнее время все чаще можно встретить нестандартный формат музея. К примеру, музей мусора «МУ-МУ» в Калуге или музей трансформеров в Москве — по праву ли они несут в себе название хранилища нашей истории?

Будем рассуждать. Для начала вернемся к определению музея в классическом его понимании — учреждение, занимающееся сбором, изучением, хранением и экспонированием предметов — памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, а также просветительской и популяризаторской деятельностью.

Могут ли игрушка-трансформер или современные остатки производства, сваренные в скульптуру, являться памятником истории? Или нашей материальной или духовной ценностью? Относиться к той же категории, что Эрмитаж, Оружейная палата на Красной площади или музей-заповедник в Царицыно?

Для того чтобы понять, что можно называть исторической ценностью, рассмотрим законодательство Российской Федерации, где говорится о том, что к объектам культурного наследия относятся объекты недвижимого имущества (включая объекты археологического наследия) и иные объекты с исторически связанными с ними территориями, произведениями живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, объектами науки и техники и иными предметами материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры, градостроительства, искусства, науки и техники, эстетики, этнологии или антропологии, социальной культуры и являющиеся свидетельством эпох и цивилизаций, а также подлинными источниками информации о зарождении и развитии культуры. (в ред. Федеральных законов от 23.07.2013 № 245-ФЗ, от 22.10.2014 № 315-ФЗ) [6].

Из федерального закона можно отметить выражение — «возникшие в результате исторических событий...» — и задать вопрос: какие в себе исторические события несут современные игрушки-трансформеры? Возможно, через какое-то время, когда уйдет эпоха фильмов от компании Paramount

Pictures и дети перестанут играть в игрушки, связанные с этой тематикой, это время станет частью нашей истории, но сейчас это современность, и, исходя из всего вышесказанного, можно назвать это развлекательным центром или игровой площадкой для детей.

В художественном музее мусор «МУ-МУ» представлены скульптуры из металлолома, поделки и инсталляции, при создании которых мастера применили то, что годами находилось на мусорных полигонах, загрязняя природу. Это похвально, идея этого места в том, чтобы привлечь общественность к проблеме тотального загрязнения окружающей среды. Основная концепция платформы — соединение творчества, креативной мысли и смелых идей с разумным потреблением ресурсов [4]. Но можно ли назвать концепцию данного места музеем? Хранит ли оно исторические ценности, рассказывает ли в своих экспозициях о прошедших эпохах? Возможно, корректнее было бы назвать данное место «галереей».

Художественная галерея — пространство, предназначенное для демонстрации изобразительного искусства. Выставленные произведения часто предлагаются на продажу. Термин «художественная галерея» в России используется достаточно широко, однако этим словом обозначаются различные явления. Художественная галерея музейного типа помимо экспонирования произведений искусства предполагает наличие собственного художественного фонда (коллекции), а также его сохранение и изучение (научную деятельность), например, Государственная Третьяковская галерея. При этом в музее могут быть оборудованы залы для проведения периодических выставок, экспонироваться фонды других галерей, произведения современных авторов. Галереи выставочного типа или так называемые выставочные залы и центры не имеют собственных фондов, постоянно действующей экспозиции, не нацелены на сохранение и изучение произведений искусства, но предоставляют свои площади для проведения выставок [5].

Нужны ли подобные места? Да, несомненно, ведь увлечения у всех разные, и интерес у людей вызывают, могут рассказать посетителям свою историю. Помимо этого, концепция у подобных «музеев» иногда играет немаловажную социальную роль, но признавать их музеями как минимум странно. Они несут больше развлекательный характер, благодаря чему приучают граждан ходить в культурно-досуговые места.

Выставки, посвященные современному искусству, помогают в пути достижения гармонии с собой и природой, заставляют стремиться к прекрасному и возвышенному, совершенствовать себя [2]. Искусство учит человека красоте и благородству, помогает ему стать добрее и внимательнее к окружающему миру. Современное искусство само по себе очень интересный феномен, который становится проводником между пониманием себя, мира и непосредственно человеком.

Искусство ближе к нашему времени как интеллектуальная игра. Большую роль в нем начинает играть уровень образованности зрителя. Если за творчеством импрессионистов не стояло философского контекста и переосмысления роли человека в искусстве, то в последующих течениях эта тенденция меняется. Уже с начала XX века искусство начинает приобретать первые черты интеллектуальных игр, зачастую провокационных. Родоначальником такого подхода в искусстве принято считать Марселя Дюшана с его инсталляцией «Фонтан» [1].

Подведем итог: необходимость музеев безусловна, ведь это одни из основных хранителей истории и посредников, рассказывающих людям о тайнах ушедшего времени. Недаром говорил русский ученый Михаил Васильевич Ломоносов: «Народ, не знающий своего прошлого, не имеет будущего». Не зная историю, сложно будет представить себе будущее, а значит, невозможно его построить.

Библиографический список

1. Голдберг, Р. Искусство перформанса. От футуризма до наших дней / Р. Голдберг. — Москва : Ад Маргинем Пресс : Garage, 2019. — 319 с.
2. Деготь, Е. История русского искусства. Кн. 3. Русское искусство XX века / Е. Деготь. — Москва : Трилистник, 2002. — 223 с.
3. Наварро, О. История и память в современном музее : несколько замечаний с точки зрения критической музеологии / О. Наварро // Вопросы музеологии. — Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2010. — С. 3–10.
4. О современном искусстве и развитии культурной среды. — URL : https://zen.yandex.ru/media/id/592d4465d7d0a6f37914f900/o-sovremennom-iskusstve-i-razvitii-kulturnoi-sredy_5f4f220960236210d2994
5. Пиотровский, М. Для музеев нет табу. 50 статей за 10 лет / М. Пиотровский. — Санкт-Петербург : Арка, 2016. — 304.
6. Семенова, В. И. Основы музеологии / В. И. Семенова. — Тюмень : РИЦ ТГИК, 2016. — 112 с.
7. Философия музея : учеб. пособие / М. Пиотровский, К. Пигров, Т. Калугина [и др.]. — Санкт-Петербург : ИНФРА-М, 2014. — 192 с.

Сведения об авторе

Пронин Георгий Сергеевич, магистрант кафедры музейных технологий, истории и туризма Тюменского государственного института культуры. Тюмень, Россия, pronin.georgij2015@yandex.ru

Pronin Georgy Sergeevich, undergraduate of the Department of Museum Technologies, History and Tourism of the Tyumen State Institute of Culture. Tyumen, Russia, pronin.georgij2015@yandex.ru

УДК 338.48

*А.М. Рахманова, Е.А. Савицкая**A.M. Rakhmanova, E.A. Savitskaya*

ИМИДЖ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ НА РЫНКЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

THE IMAGE OF THE TYUMEN REGION IN THE MARKET OF DOMESTIC AND INBOUND TOURISM

Аннотация. В данной статье мы рассматриваем web-приложение GoogleTrends как инструмент изучения имиджа туристского региона на примере Тюменской области. Технологии ведения статистики поисковых запросов GoogleTrends позволяют упростить процесс исследования привлекательности региона и его «брендов» для местных туристских предприятий. Приложение предоставляет возможность отследить частоту и объем запросов, относящихся к туризму в Тюмени и Тюменской области, за различные периоды времени, а также поисковых запросов таких региональных туристских достопримечательностей как Тюменские горячие источники, Тобольский кремль и многочисленные храмы региона, являющиеся лучшими образцами сибирского барокко. Целью данного исследования является рассмотрение имиджа региона на примере Тюменской области, а также определение степени привлекательности рассматриваемого региона с точки зрения внутреннего и въездного туризма.

Ключевые слова: туризм, имидж, Тюменская область, бренд, статистика, сравнение.

Annotation. In this article, we consider the GoogleTrends web application as a tool for studying the image of a tourist region on the example of the Tyumen Region. GoogleTrends search query statistics technologies make it possible to simplify the process of researching the attractiveness of the region and its “brands” for local tourist enterprises. The application provides an opportunity to track the frequency and volume of requests related to tourism in Tyumen and the Tyumen Region for various periods of time, as well as search queries for such regional tourist attractions as the Tyumen hot springs, the Tobolsk Kremlin and numerous temples of the region, which are the best examples of Siberian Baroque. The purpose of this study is to regard the image of the region on the example of the Tyumen Region, as well as to determine the degree of attractiveness of the region in question from the point of view of domestic and inbound tourism.

Keywords: tourism, image, the Tyumen Region, brand, statistics, comparison.

В связи с пандемией, вызванной заболеванием COVID-19, многие сферы жизни человека оказались в опасном положении. Скорость распространения инфекции коронавируса и быстрый рост заболевших внесли в нашу жизнь большие корректировки. Нововведенные меры личной безопасности, призванные спасти человека от угрозы заболевания, осложнили дея-

тельность многих сфер бизнеса. Пандемия ударила по всему рынку услуг. Индустрия туризма «ощутила» это наиболее болезненно. По прогнозам Всемирной туристской организации, потери мирового рынка туризма в 2020 году составили около 70% [2].

В первую очередь пострадал именно выездной туризм, так как границы со многими странами были закрыты. Но, как мы можем заметить, потребительский спрос никуда не исчез. Более того, туристы обратили свой взор на внутренний туризм.

В сложившейся затруднительной ситуации многие страны начали принимать меры по развитию внутреннего туризма. Путешествия внутри страны стали отличным поводом для туристов изучить родную страну. В России пандемия 2020 года стала причиной развития внутреннего туризма не только по традиционно популярным направлениям (Москва, «Золотое кольцо», побережье Черного моря), но и по удаленным туристическим поездкам в такие регионы, как Карелия, Камчатка, Бурятия, Хакасия, Алтай и др. Развитие нестандартных туристских направлений России требует немалых затрат. Помимо финансирования и организации важнейших составляющих туристской дестинации (инфраструктуры, сферы сервиса и доступности услуг) необходимо уделять внимание рекламе и образу туристского региона.

Образ, или имидж, региона создается администрацией, СМИ, выдающимися деятелями различных сфер общества, населением данного региона, а также туристами. Положительный имидж региона способствует повышению конкурентных преимуществ территории не только в туристской, но и в других сферах деятельности. Поэтому все большее число регионов России понимает важность формирования собственного благоприятного имиджа и начинает принимать меры по совершенствованию своей территории и увеличению ее привлекательности для туристов.

Наиболее эффективными инструментами продвижения любой продукции является интернет и множество приложений, помогающих потребителям в поиске, выборе и приобретении. С их же помощью можно изучать рынок и тренды различных сфер бизнеса. Благодаря статистике запросов в поисковых системах можно отследить, в какой период времени отмечается рост популярности или, наоборот, спад спроса на те или иные товары и услуги.

GoogleTrends позволяет отследить степень актуальности того или иного запроса в поисковой системе Google за определенный промежуток времени. С помощью функций приложения можно оценить популярность запроса не только на уровне страны, но и на глобальном мировом уровне.

Благодаря этому сервису мы рассмотрим периоды роста привлекательности Тюменской области для российских туристов. Полученные данные помогут достигнуть поставленной цели исследования.

С помощью этого сервиса также можно выявлять наиболее запрашиваемые в поиске Google достопримечательности региона, то есть определять «бренды». Эта тематика будет рассмотрена нами в ходе дальнейшего изучения имиджа и брендинга региона.

Методы исследования:

- анализ различных источников для получения максимально точной информации;
- статистический метод, нацеленный на первоначальный сбор количественных данных и дальнейшее их измерение для исследования имиджа территории. В статье будет использована статистика, предлагаемая web-приложением GoogleTrends [3].

В приложение GoogleTrends попадает статистика пользовательских запросов из поиска Google. Данные анонимизируются, распределяются по темам и объединяются в группы. Статистику можно посмотреть по всем странам и городам мира, где используют поисковик Google.

В инструменте представлены выборки, а не точное количество запросов.

В Google Trends представлено отношение количества запросов определенного слова или фразы к общему количеству запросов в регионе за определенный отрезок времени. Затем данные нормализуются — переводятся в 100-балльную шкалу. Самому большому относительному показателю присваивается 100 баллов. Остальные значения сравниваются с ним и принимаются равными числу от 0 до 99 [1].

Для начала исследования необходимо дать определение понятию «имидж» в контексте оценочного критерия туристской территории.

Имидж региона (территории) — это совокупность рациональных и эмоциональных представлений, вытекающих из сопоставления основных признаков региона (территории), собственного опыта людей, их предпочтений и мнений, воздействующих на формирование определенного образа [8].

Можно сказать, что туристский имидж региона воплощается в совокупности эмоциональных и рациональных убеждений и ощущений, которые возникают у потребителей туристских услуг в отношении туристских особенностей региона. Также имидж формируется на основе представленной широким массам информации о туристических объектах, маршрутах и других ресурсах региона. Немалую долю влияния на имидж территории оказывает также личный опыт и впечатления туристов, посещавших ранее тот или иной район.

Факторами, влияющие на создание туристического имиджа региона можно назвать:

1. Природные условия региона (климат, рельеф, флора и фауна).
2. Экономические, правовые и социальные реалии развития туризма в регионе.
3. Доступность туристских объектов, формирующих интерес к региону для туристов.
4. Инфраструктура региона.
5. Уровень предоставляемых услуг и сервиса.
6. Реклама и PR-кампания региона. Создание брендов [8].

Итак, обратим внимание на статистику сервиса. Для того, чтобы наиболее полно представить ситуацию мы возьмем временной промежуток в два года: с 2019 по 2021 год. Также мы определим категорию «Путешествия» для того, чтобы видеть запросы пользователей, рассматривающих туризм в исследуемом нами регионе.

Так как мы анализируем имидж региона на рынке въездного и внутреннего туризма, необходимо рассматривать статистику как поисковой системы Google в России, так и статистику запроса на мировом уровне.

На мировом уровне рост популярности запроса «Tyumen, tourism» в сети Интернет на туристские предложения в Тюмени и Тюменской области отмечается в апреле и июле 2021, в период пандемии COVID-19. Согласно статистике, Тюмень как направление туризма в большей степени интересует жителей Словакии (100%) и россиян (66%). Также интерес к путешествиям в тюменский край проявляют жители Дании (58%), Австралии (26%), Великобритании (17%), Турции и Италии (рис. 1).

С сентября 2019 до июля 2021 года популярность запроса увеличилась на 35%. На период сентября 2021 года в мире наблюдается спад актуальности запроса «Tyumen, tourism» с наивысшей точки популярности в июле до 0% интереса к теме (рис. 1).

На основе полученных данных можно сделать вывод, что на мировом уровне поездки в Тюмень и Тюменскую область с целью туризма интересуют жителей многих стран. Это дает нам все основания для того, чтобы говорить о положительно складывающемся имидже региона.

Согласно статистике в 2019 году российские пользователи проявляли довольно низкий интерес к туризму в Тюменской области. Рост запросов можно отметить в ноябре 2019, но в большей степени отдыхом в области заинтересованы местные жители (75%). В июле 2020 наблюдается плановое повышение запроса «Тюменская область» в сети. Также положительные скачки запроса отмечаются в периоды отпусков и праздничных календарных дней 2021 года (январь, май, летний период). В это время интерес к туризму в Тюменской области достигает 100%.

По данным статистики Google Trends наибольший интерес к туризму в Тюменском регионе проявляют местные жители (100%). Также туризмом здесь интересуются жители близких к исследуемой области районов: Свердловской области (8%), Алтайского края (5%), Ханты-Мансийского Автономного округа (3%) и Омской области (3%).

Изучив статистику по России, мы можем с уверенностью сказать, что в Тюмени и Тюменской области хорошо развит внутренний туризм. Также можно сделать вывод, что для привлечения российских туристов именно в этот регион нужна «мощная» рекламная кампания, в которой будет рассказано о главных достопримечательностях области. Несомненно, для привлечения внимания нужно задействовать как можно больше платформ, таких как реклама в социальных сетях, наружная реклама и проведение туристских выставок и ярмарок [6].

Итак, получив определенное представление об имидже Тюменской области на рынке въездного и внутреннего туризма, мы можем дать объективную оценку образу исследуемого региона.

Согласно статистическим данным сервиса Google Trends, имидж Тюменской области в контексте внутреннего и въездного туризма находится на среднем уровне. Можно предположить, что это связано с недостаточно эффективным продвижением региона на российском туристском рынке.

Несомненно, имидж региона находится на достойном уровне, о чем свидетельствуют создание и развитие многих региональных туристских брендов. Регион обладает достаточным количеством туристских ресурсов, на базе которых создаются своеобразные «визитные карточки» области. Эти «визитные карточки» складываются в одну общую картину региона и представляют собой бренд области. С помощью единого бренда потребители начинают воспринимать Тюменскую область как особое туристское направление. Благодаря этому формируется имидж региона и его закрепление как отдельной туристской точки, привлекательной для посещения. Этот эффект сохраняется как для иностранных туристов, так и для местного населения.

Все статистические данные мы получили благодаря сервису GoogleTrends. Это нам помогло рассмотреть имидж Тюмени и Тюменской области, а также определить туристскую привлекательность региона. Можно сказать, что web-приложение GoogleTrends является хорошим инструментом для дополнительной оценки имиджа туристской территории.

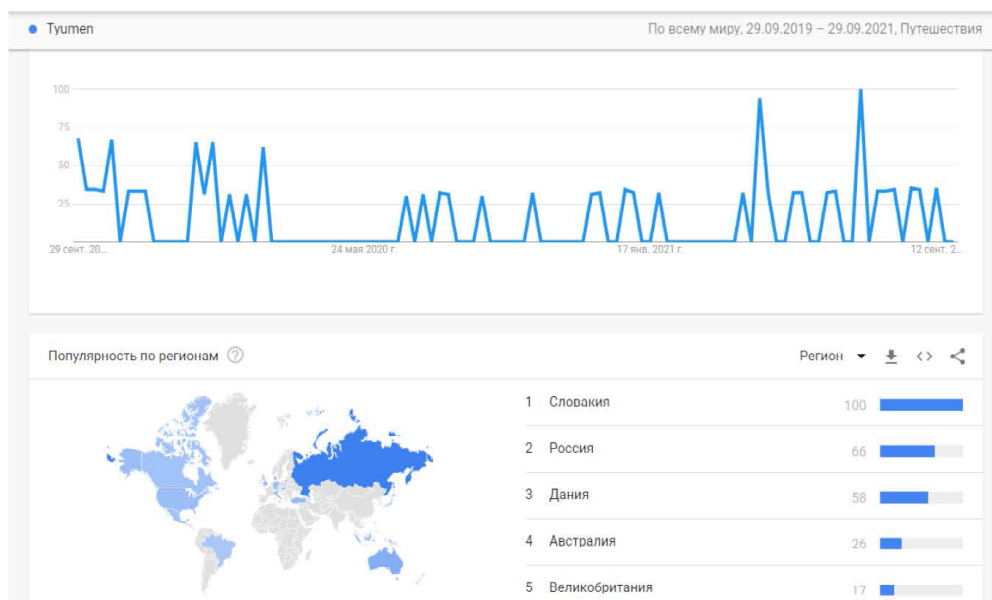


Рис. 1. Статистика популярности запроса «Tyumen, tourism» в интернете по версии Google Trends, 2019–2021 (мир)

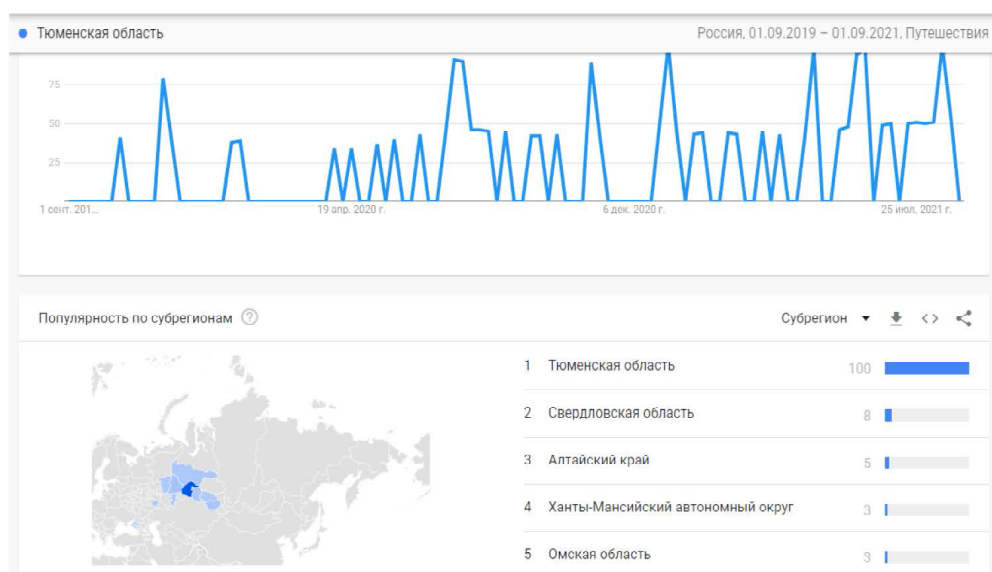


Рис 2. Статистика популярности запроса «Тюменская область» в интернете по версии Google Trends, 2019–2021 (Россия)

Библиографический список

1. Большой гайд по Google Trends: как читать всю эту статистику и научиться ловить тренды // Click.ru : Инструменты для PPC и SMM // Хабр: коллективный блог-сервис. — URL : <https://habr.com/ru/company/click/blog/506168/> (дата обращения : 10.10.2021).
2. Всемирная туристическая организация : мировой рынок туризма в 2020 году снизился на 70% // Коммерсантъ : последние новости России и мира. — URL : <https://www.kommersant.ru/doc/4358185> (дата обращения : 10.10.2021).
3. Методы исследования в научной работе // Kursach37. — URL : <https://kursach37.com/metody-issledovaniya-v-nauchnoy-rabote/#met7> (дата обращения : 10.10.21).
4. Михайлов, И. Н. Маркетинговый подход к формированию имиджа Челябинской области как туристской территории / И. Н. Михайлов // Научные вести : журнал. — 2020. — № 6. — С. 58–66 (дата обращения : 10.10.2021).
5. Нечаева, Е. А. Брендинг территории в развитии туризма (на примере Тюменской области) / Е. А. Нечаева, А. В. Куприна // Экономика, менеджмент и сервис : проблемы и перспективы. — Тюмень, 2019. — С. 89–96 (дата обращения : 10.10.2021).
6. Рахманова, А. М. Актуализация туристских поездок в контексте развития внутреннего регионального туризма / А. М. Рахманова, А. К. Чудиновская. — Тюмень, 2020. — 7 с. (дата обращения : 10.10.21).
7. Переладова, Е. С. Имидж региона : структура и факторы / Е. С. Переладова // Молодой ученый. — 2019. — № 30 (268). — С. 82–83. — URL : <https://moluch.ru/archive/268/61776/> (дата обращения : 10.10.2021).
8. Черная, И. П. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга / И. П. Черная // Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 4 (дата обращения : 10.10.2021).

Сведения об авторах

Рахманова Анастасия, студент 4 курса, направление 43.02.03 «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, rastasya@yandex.ru

Савицкая Елена Александровна, канд. экон. наук, доц. кафедры музейных технологий, истории и туризма Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия.

Rakhmanova Anastasia, 4th year student of the direction 43.02.03 "Tourism", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, rastasya@yandex.ru

Savitskaya Elena Alexandrovna, Ph.D. economy Sciences, Assoc. Department of Museum Technologies, History and Tourism, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 378

*В.С. Сидорова**V.S. Sidorova*

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ У СТУДЕНТОВ ТВОРЧЕСКОГО ВУЗА В РАМКАХ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА «ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ»

FORMATION OF FINANCIAL LITERACY AMONG STUDENTS OF A CREATIVE UNIVERSITY IN THE FRAMEWORK OF THE ELECTIVE COURSE "FINANCIAL LITERACY"

Аннотация. В статье представлены основные подходы к содержанию современного экономического образования на основе анализа учебных планов и программ, используемых в образовательном процессе Тюменского государственного института культуры. Показано место экономической подготовки в образовательном процессе вуза культуры.

Ключевые слова: федеральный государственный образовательный стандарт, компетенции, экономическая грамотность, социально-культурная деятельность.

Annotation. The article presents the main approaches to the content of modern economic education based on the analysis of curricula and programs used in the educational process of Tyumen State Institute of Culture. The place of economic training in the educational process of the university of culture is shown.

Keywords: federal state educational standard, competencies, economic literacy, social and cultural activities.

Причины возникновения проблемы данного исследования — внедрение новых стандартов ФГОС 3++.

В стандартах ФГОС 3+ присутствовала общекультурная компетенция ОК-3 — способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности. Данную компетенцию «закрывала» дисциплина «Экономика» у всех творческих специальностей. Внедрение новых стандартов ФГОС 3++ привело к появлению универсальных компетенций, где дефиниция «экономика» не употребляется. Под экономические дисциплины мы можем подвести УК-2. При обсуждении новых рабочих планов на 2019 учебный год и соответственно 2020 учебный год у творческих специальностей мы столкнулись с проблемой вытеснения дисциплины «Экономика» из новых учебных планов в связи с отсутствием соответствующей компетенции и заменой на профессиональную дисциплину. Существует проблема аргументации в пользу экономической составляющей обучения заведующим кафедрами, руководителям ООП о необходимости, нужности экономических дисциплин танцорам, архитекторам, дизайнерам, хореог-

рафам, режиссерам и т.д. — в условиях ограниченности ресурсов (часов, ставок) и интересов членов выпускающей кафедры.

Дисциплина «Экономика» не входит в список обязательных дисциплин по ФГОС 3++.

□ Отсутствие в институте кафедры экономики.

В нашем институте до 2015 года была кафедра экономики и права, в результате реорганизации кафедра перестала существовать в связи с уменьшением часов на экономические дисциплины.

Для студентов по направлению подготовки «Социально-культурная деятельность» есть возможность внедрить элективный курс «Финансовая грамотность», так как профиль предполагает изучение экономических дисциплин.

□ Проблема принятия гуманитариями важности и необходимости экономической дисциплины, приоритет — в отработке на теоретическом и практическом уровнях профессиональных навыков (музыкальных, хореографических, дизайнерских и т.д.)

Последствия существования проблемы — низкий уровень экономической грамотности обучающихся, что приводит к непониманию экономических категорий, механизмов действия денежно-финансовых инструментов, неспособности решать экономические вопросы в повседневной жизни. Мы можем выделить и подпроблемы: отсутствие штатных педагогов с экономическим образованием; отсутствие часов в рабочих планах на экономические дисциплины.

Практическая значимость исследования состоит в том, что разработан факультативный курс «Финансовая грамотность» для обучающихся Тюменского института культуры, с включением разделов, которые не вошли ни в одну из РПД по экономическим дисциплинам.

Методы исследования. Для решения выдвинутых в исследовании задач применялся комплекс взаимодополняющих методов социального анализа: метод изучения литературных и диссертационных источников, математико-статистический метод.

Базой исследования выступил факультет социально-культурных технологий Тюменского государственного института культуры.

Экономическая грамотность — это неоднозначный, сложный и разноплановый феномен, основанный на таких элементах, как экономические знания, экономические навыки, экономические умения и экономические установки и являющийся объектом междисциплинарных исследований.

При разработке программы элективного курса нами были предприняты следующие шаги.

Например, определено направление подготовки, для которого разрабатывается факультативный курс «Финансовая грамотность», количество зачетных единиц.

Направление подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», 2 зачетные единицы.

Проанализировав учебный план 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», мы выделяем две экономические дисциплины и формируемые компетенции в процессе их изучения.

Наименование дисциплины	Семестр	Формируемые компетенции
Б1.0.13 Экономика	4	УК-1, ОПК-3
Б1.Б.26 Экономика и бизнес-планирование в социально-культурной сфере	5, 6	ПКО-5, ПК-5

Проведен анализ РПД «Экономика» и «Экономика и бизнес-планирование в социально-культурной сфере» в разрезе освоения компетенции по темам. Результат сравнения представлен в таблице, где «+» — результат совпадает с содержанием темы дисциплины, «-» — данный результат не раскрывается.

В результате проведенного анализа учебного плана, рабочих программ дисциплин для студентов направления подготовки «Социально-культурная деятельность» (далее — СКД) в плане сформированности компетенции «Экономическая культура» были получены следующие результаты:

1. В имеющихся рабочих программах отражены не все результаты компетенции «Экономическая культура», некоторые результаты сформированы частично. Дисциплина «Экономика» (в силу ограниченности з.е. на ее изучение) не может сформировать отдельные результаты. Часть тем по данной дисциплине можно подкорректировать. Дисциплина «Экономика и бизнес-планирование» тоже частично, не в полном объеме, раскрывает результаты компетенции «Экономическая культура», в связи с нацеленностью этой дисциплины на закрепление профессиональных компетенций.

2. Результаты, которые не сформированы (лакуны в образовании):

— вопросы, касающиеся восприятия и анализа информации, необходимой для принятия обоснованных решений в сфере управления личными финансами;

— вопрос по пенсионной политике государства, как осознает ее влияние на себя индивид (права, обязанности, риски, влияние на доходы и расходы);

— нет информации у студентов по основным финансовым институтам, таким как: Агентство по страхованию вкладов, Пенсионный фонд России, негосударственный пенсионный фонд, паевой инвестиционный фонд, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, ломбард, и др.) и принципы взаимодействия индивида с ними;

— основные этапы жизненного цикла индивида (студенчество и первая работа, молодой специалист и молодая семья, зрелость, пожилой возраст), понимание специфики задач, возникающих перед индивидом на каждом этапе, понимание целесообразности личного экономического и финансового планирования, в том числе долгосрочного;

— понятия риск и неопределенность, осознание неизбежности риска и неопределенности в экономической и финансовой сфере;

— виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения;

— основные виды страхования и ключевые параметры страховых договоров;

— как оценивать индивидуальные риски, связанные с экономической деятельностью и использованием инструментов управления личными финансами;

— как использовать способы снижения индивидуальных рисков;

— уметь анализировать предложения страховых компаний.

Разработка тем элективного курса «Финансовая грамотность».

«Финансовая грамотность» — дисциплина (элективный курс), которая поможет сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки в личной финансовой сфере, адаптации и принятию решений по личному бюджету, налогообложению, страхованию, кредитованию, купле-продаже ценных бумаг. Данная дисциплина восполнит экономические знания, которые пригодятся студенту вне зависимости от получаемой профессии, поможет адаптации к современной сложной экономической ситуации.

Предлагаю внести в содержание новой дисциплины вопросы, которые не раскрываются в других предметах у студентов СКД. Если по данным вопросам студенты получат необходимую информацию, то тогда результаты по компетенции «Экономическая культура» можно будет считать сформированными.

Содержание дисциплины «Финансовая грамотность»

Тема 1. Личные финансы. Понятие личных финансов. Их финансовое планирование, экономия. Совокупный личный капитал. Инвестиции. Основы кредитования и другие услуги банков (депозиты, трастовые операции, кредиты банков, в том числе ипотека).

Тема 2. Пенсионная политика государства. Понятие о пенсии. Типы пенсионных систем. Отечественная система пенсионного обеспечения. Накопительная часть пенсии, возможности ее распоряжения. Негосударственные пенсионные фонды. Самостоятельное формирование альтернативных источников пенсионного обеспечения.

Тема 3. Основные финансовые институты. Агентство по страхованию вкладов. Паевой инвестиционный фонд. Микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, ломбард, и др.) и принципы взаимодействия индивида с ними.

Тема 4. Основные этапы жизненного цикла индивида. Студенчество и первая работа, молодой специалист и молодая семья, зрелость, пожилой возраст), понимание специфики задач, возникающих перед индивидом на каждом этапе, понимание целесообразности личного экономического и финансового планирования, в том числе долгосрочного.

Тема 5. Экономические и финансовые риски для индивида. Понятия риск и неопределенность, осознание неизбежности риска и неопределенности в экономической и финансовой сфере. Виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения. Оценка индивидуальных рисков, связанных с экономической деятельностью и использованием инструментов управления личными финансами.

Тема 6. Основы страхования. Основные виды страхования и ключевые параметры страховых договоров. Страховые компании. Анализ предложений страховых компаний.

Тема 7. Налогообложение физических лиц. Виды налогов, которые платит индивид. Налоговая декларация. Права и обязанности налогоплательщиков. Объекты налогообложения.

Таким образом, в более конкретных дисциплинах или курсах, которые рассматривают отдельные аспекты финансовой грамотности, формирование повышенного уровня знаний и умений универсальной компетентности «Экономическая культура» маловероятно. Мы считаем, данная дисциплина возможна на 3 курсе в 5 семестре в объеме 2 з.е. (36 ч. — контактная работа 18/18, 36 ч. — самостоятельная работа).

Методические рекомендации и требования, предъявляемые к докладам и презентациям.

Например, **тема 1 «Личные финансы».**

Вопросы к семинару:

1. Понятие личных финансов. Их финансовое планирование, экономия.
2. Совокупный личный капитал.
3. Инвестиции.
4. Основы кредитования и другие услуги банков (депозиты, трастовые операции, кредиты банков, в том числе ипотека).

1. Выполнить практическое контрольное задание «Личный бюджет». Заполнить таблицу, исходя из собственного личного бюджета, проанализи-

ровать полученный результат, сделать выводы по повышению эффективности формирования и использования личного бюджета.

Личные доходы		Личные расходы	
%	Виды (стипендия, заработная плата и др.)	%	Виды (расходы на питание, проезд и др.)
100%			

Необходимо выполнить практическое контрольное задание. Выбрать два любых банка (если студент выбирает больше — соответственно ответ оценивается выше), действующих в городе (где учится или где живет), изучить сайты, печатную продукцию, теле, радио рекламу и выписать в тетрадь основные виды услуг этих учреждений для физических лиц (их ассортимент), условия предоставления этих услуг; сравнить эти услуги. Сделать вывод по полученным результатам — ответить на вопрос: «Услугами какого банка я бы воспользовался в той или иной ситуации?», аргументировав свой ответ. Результат работы может быть оформлен в таблице:

Банк А			Банк Б			Банк В
Услуги	На каких условиях предоставляются	Преимущества (+) или ограничения (-) есть у услуги	Услуги	На каких условиях предоставляются	Преимущества (+) или ограничения (-) есть у услуги	

На выбор студентов: подготовить эссе на тему «Эвристические способы принятия решений в экономике» (можно один способ описать).

Решение задач. Примеры задач.

☐ Вы положили 50 000 рублей в банк под 10% годовых на 5 лет. Какая сумма будет у вас через 5 лет? Рассчитываем по формуле сложного процента.

☐ Банк принимает депозиты на 12 месяцев по ставке 5% годовых. Определить реальные результаты вкладной операции для депозита 5000 тыс. руб. при месячном уровне инфляции 7%.

☐ Вклад в сумме 35000 рублей положен в банк на год с ежемесячным исчислением сложных процентов; годовая ставка по вкладам 6%; уровень инфляции за месяц 10%. Определить:

- сумму вклада с процентами (FV),
- индекс инфляции за 6 месяцев (I_n),
- сумму вклада с процентами с точки зрения ее покупательной способности (K_p),
- реальный доход вкладчика с точки зрения покупательной способности (d).

☐ Имеется три проекта вложения денежных средств. Ставка процента составляет 15% годовых.

Проект	Доходы		Всего доходы
	1 год	2 год	
Проект А	750	750	1500
Проект Б	500	1000	1500
Проект В	1000	500	1500

Рассчитать, какой проект является наиболее выгодным для инвестирования.

□ Арендная плата за дом составляет 15000 \$ в год, этот же дом можно купить за 180000 \$. Процентная ставка по депозитам находится на уровне 10% годовых. Что выгоднее: аренда или покупка дома?

Тема 2. Пенсионная политика государства.

Вопросы к семинару:

1. Типы пенсионных систем. Отечественная система пенсионного обеспечения.

2. Накопительная часть пенсии, возможности ее распоряжения.

3. Негосударственные пенсионные фонды.

4. Самостоятельное формирование альтернативных источников пенсионного обеспечения.

1. Работа в компьютерном классе. Все студенты выходят на сайт Пенсионного фонда РФ. Работа с вкладками данного сайта. Если студенты зарегистрированы в госуслугах — вход в личный кабинет.

Работа с вкладками «Будущий пенсионер», «Студентам и школьникам» — изучение информации. Также работа с «Пенсионным калькулятором» (используем личные данные или предполагаемые). На сайте есть «Материалы для учителей», электронные учебники, презентации для студентов — изучение материала.

2. Работа в группах. Групповой проект (по 2–3 человека). Подготовка презентации «Особенности пенсионной системы какой-либо страны (страна на выбор группы)» на 7–10 минут. Обязательное условие — сравнение с пенсионной системой РФ.

Тема 3. Основные финансовые институты.

Вопросы к семинару:

1. Агентство по страхованию вкладов.

2. Паевой инвестиционный фонд.

3. Микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, ломбард, и др.) и принципы взаимодействия индивида с ними.

1. Решение задач. Пример задачи.

Выберите наиболее доходный вариант вложения капитала. Инвестор располагает капиталом в 10 тыс. руб. Он может: 1) вкладывать его на депозит в банк поквартально в течение двух лет. Доход составит 36% годовых. 2) вложить его в негосударственный пенсионный фонд на срок два года. Доход начисляется из расчета 40% годовых.

Тема 4. Основные этапы жизненного цикла индивида.

Деловая игра «Личный финансовый план». (Существует много вариантов данной деловой игры, я представляю скомпилированный вариант (авторского немного). Главное, чтобы студентам было интересно и были достигнуты результаты).

Тема 5. Экономические и финансовые риски для индивида.

Вопросы к семинару:

1. Понятия риск и неопределенность, осознание неизбежности риска и неопределенности в экономической и финансовой сфере.

2. Виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения.

3. Оценка индивидуальных рисков, связанных с экономической деятельностью и использованием инструментов управления личными финансами.

1. Выполнить практическое контрольное задание: составить карту личных финансовых рисков.

Алгоритм работы:

1. Выявить возможные факторы риска (не менее 5). Описать опасности риска для вас. Дать оценку возможного ущерба в% от прибыли или дохода*. Оценить опасность риска по пятибалльной шкале (чем выше опасность, тем выше балл). Оценить вероятность проявления риска в% (чем выше вероятность, тем выше%)**. Полученные данные занести в таблицу 1.

* Предположим, что опасность в пределах потери прибыли или дохода до 33% является неопасной, в диапазоне от 33% до 67% опасность допустима, а свыше 67% уже не приемлема.

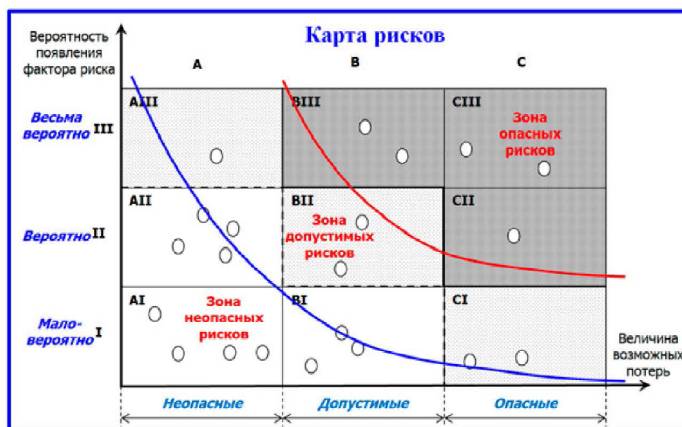
** Предположим, что от 0% до 20% — маловероятно (или от 0 до 0,2); от 21% до 65% — вероятно (или 0,21 до 0,65); свыше 65% — весьма вероятно (или свыше 0,65).

Таблица 1

№	Описание возможного фактора риска	Описание опасности риска для вас	Оценка возможного ущерба вам, в % от прибыли или дохода	Оценка опасности риска по пятибалльной шкале	Вероятность проявления риска, в %
1.					
2.					
п.					

2. Отметить на модели карты риска выявленные факторы (таблица 2). Выявить зоны рисков. Предложить план мероприятий по средствам разрешения рисков, снижения их влияния на ваши личные финансы.

Таблица 2



3. Заполнить таблицу 3 путем проставления «+» в ячейках, соответствующим факторам риска по двум основным параметрам оценки. В зону самых опасных рисков попадают факторы, имеющие отметку в каждом третьем столбце. Контролируемые риски, наоборот, имеют отметки в каждом первом столбце.

Таблица 3

№	Описание риска	Вероятность возникновения риска			Степень опасности потерь		
		Маловероятно	Вероятно	Весьма вероятно	Неопасный	Допустимый	Опасный
1.				+		+	
2.							
п.							

4. Предложить план мероприятий по средствам разрешения рисков, снижения их влияния на ваши личные финансы.

Тема 6. Основы страхования.*Вопросы к семинару:*

1. Основные виды страхования и ключевые параметры страховых договоров.
2. Страховые компании.
3. Анализ предложений страховых компаний.

1. Практическое контрольное задание. Расчет страхового взноса в зависимости от размера страховой суммы, тарифа, срока страхования и др. факторов.

2. Мини-проект «Закключаем договор страхования». Сбор информации о страховой компании и предоставляемых программах, принципы отбора страховой компании для заключения договора, анализ договора страхования, ответственность страховщика и страхователя.

Тема 7. Налогообложение физических лиц.*Вопросы к семинару:*

1. Права и обязанности налогоплательщиков.
2. Объекты налогообложения.
3. Налоговый вычет.

1. Сделать доклад на тему: «Какие налоги я обязан платить государству» с учетом основных этапов жизненного цикла индивида.

2. Мини-проект «Заполняем налоговую декларацию». Формы можно раздать заранее студентам. Студенты самостоятельно заполняют ее, опираясь на алгоритм; на семинаре выявляем ошибки и затруднения, которые возникли у обучающихся.

Таким образом, элективный курс «Финансовая грамотность» рассматривается как системообразующий фактор формирования экономической грамотности обучающихся нашего вуза.

На основе анализа различных подходов к отбору и систематизации знаний экономического характера определены основные принципы построения содержания формирования экономической грамотности обучающихся творческого вуза. К ним относятся: ценностно-ориентированный подход к содержанию обучения, проблемно-ориентированный характер содержания обучения, фундаментальные общедидактические принципы, принцип дифференциации содержания обучения.

Использование индивидуальных, групповых и коллективных форм обучения, предпочтительным является использование в процессе формирования экономической грамотности обучения в малых группах.

Библиографический список

1. Автономов, В. С. Высшее экономическое образование в России : трудный путь к мировому уровню / В. С. Автономов, М. Е. Дорошенко, О. О. Замков // Вопросы образования. — 2018. — № 2. — С. 127–154.
2. Аймалетдинов, Т. А. Роль муниципальной информационной среды в формировании финансовой культуры населения / Т. А. Аймалетдинов // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. — URL : <https://scholar.google.ru/citations?user=kbemWmwAAAAJ&hl=ru> (дата обращения : 25.09.2020).
3. Акемтьев, Р. Финансовая грамотность или основы управления личными финансами / Р. Акемтьев. — URL: <http://romanakentev.ru/wpcontent/uploads/2017/11/> (дата обращения : 24.09.2020).
4. Бахмутова, Л. С. Методика преподавания : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. С. Бахмутова, Е. К. Калущкая. — Москва : Юрайт, 2018. — 274 с.
5. Бершадский, М. Е. Дидактические и психологические основания образовательной технологии / М. Е. Бершадский, В. В. Гузеев. — Москва : Педагогический поиск, 2016. — 276 с.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1 : редакция от 28.03.2017 : с изменениями от 22.06.2017 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — URL : <https://www.consultant.ru/> (дата обращения : 07.09.2020).

7. Гришакина, О. П. Характеристика проекта Минфина РФ «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» и возможности его реализации» / О. П. Гришакина. — URL: <http://profesiniinitiative.ru/index.php/ai1/480-grishakina241116> (дата обращения : 07.08.2020).
8. Зеленцова, А. В. Повышение финансовой грамотности населения : международный опыт и российская практика / А. В. Зеленцова, Е. А. Блисков, Д. Н. Демидов. — Москва, 2018. — 112 с.
9. Кайзер, Ф.-Й. Методика преподавания экономических дисциплин : книга для учителя / Ф.-Й. Кайзер. — Санкт-Петербург : Вита-Пресс, 2019. — 184 с.
10. Калашникова, Е. Ю. Методика преподавания экономических дисциплин в современных условиях модификации / Е. Ю. Калашникова, И. А. Коновалова, В. В. Ловяникова // Молодой ученый. — 2019. — № 12. — С. 901–903.
11. Кирсеев, П. И. Проблемы преподавания экономических дисциплин в сфере высшего образования / П. И. Кирсеев, А. Л. Носов // Концепт : научно-методический электронный журнал. — 2017. — Т. 28. — С. 24–26. — URL : <http://e-koncept.ru/2016/56459.htm> (дата обращения : 21.08.2020).
12. Кодекс финансово грамотного человека. — URL : <https://rostsber.ru/about> (дата обращения : 19.08.2020).
13. Колеченко, А. К. Энциклопедия педагогических технологий : пособие для преподавателей / А. К. Колеченко. — Санкт-Петербург : Каро, 2019. — 368 с.
14. Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации. — URL : <https://refdb.ru/look/2961103.html> (дата обращения : 21.08.2020).
15. Концепция преподавания обществознания в Российской Федерации. — URL : <https://nsportal.ru/vuz/istoricheskienauki/library/2016/08/25> (дата обращения : 29.09.2020).
16. Кузина, О. Е. Проблемы измерения и пути повышения финансовой грамотности населения России / О. Е. Кузина, Д. Х. Ибрагимова // Мониторинг общественного мнения. — 2018. — № 4 (88). — С. 14–25.
17. Кузина, О. Е. Финансовая грамотность и финансовая компетентность : определение, методики измерения и результаты применения в России / О. Е. Кузина // Вопросы экономики. — 2015. — № 8. — С. 129–148.
18. Кузина, О. Е. Финансовая грамотность молодежи / О. Е. Кузина // Мониторинг общественного мнения. — 2019. — № 4 (92). — С. 157–177.
19. Ломакин, В. К. Мировая экономика : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / В. К. Ломакин. — Москва. — 2018. — 260 с.
20. Материалы заседания Координационного комитета по финансовой грамотности населения 7 апреля 2008 года // Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) : официальный сайт. — URL : <http://nacfin.ru/fin-ansovaja-gramotnost-naselenija-rossii/zasedaniekoordinacionnogo-komiteta-po-finansovoi-gramotnosti.html> (дата обращения : 23.09.2020).
21. Методика преподавания обществознания в школе : учебник для студентов высших педагогических учебных заведений / под редакцией Л. Н. Боголюбова. — Москва : Владос, 2019. — 304 с.
22. Методические рекомендации «Формирование финансовой грамотности школьников в образовательном процессе». — URL : http://bru20school.narod.ru/NOVISAIT/11111111/lja_uchashhikhsja_shko (дата обращения : 25.09.2020).
23. Михайленко, Т. М. Игровые технологии как вид педагогических технологий / Т. М. Михайленко // Педагогика: традиции и инновации : материалы международной научной конференции (г. Челябинск, окт. 2019 г.). — Челябинск, 2019. — С. 142–148.
24. Моисеева, Д. В. Финансовая грамотность населения российского региона : экономико-социологический анализ : диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Д. В. Моисеева. — Волгоград, 2017. — URL : <http://www.volsu.ru/upload/iblock/022> (дата обращения : 26.08.2020).
25. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года : распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р : редакция от 10.02.2017 г. // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — URL : <https://www.consultant.ru/> (дата обращения : 08.10.2020).
26. Об утверждении Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года : распоряжение Правительства РФ от 29.12.2008 № 2043-р // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — URL : <https://www.consultant.ru/> (дата обращения : 25.10.2020).

27. Об утверждении федерального перечня учебников, рекомендуемых к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования : приказ Минобрнауки России от 31.03.2014 N 253 : редакция от 29.12.2016 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — URL : <https://www.consultant.ru/> (дата обращения : 25.09.2020).
28. Овчинников, М. Обзор международной практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности / М. Овчинников. — Москва : Наука, 2018. — 215 с.
29. Онушкин, В. Г. Проблема грамотности в контексте социальных перемен / В. Г. Онушкин, Е. И. Огарев // Человек и общество. — 2018. — № 8. — 9. — С. 44–49.
30. Орлов, А. В. Программа курса «Современная политическая экономия» / А. В. Орлов // Проблемы современной экономики. — 2018. — № 4 (44). — С. 47.
31. Паатова, М. Э. Финансовая грамотность детей и молодежи как актуальная задача современного образования / М. Э. Паатова, М. Ш. Даурова // Вектор науки ТГУ. — 2018. — № 2 (28). — С. 173–175.
32. Педагогика : учебное пособие для студентов педагогических вузов и педагогических колледжей / под редакцией П. И. Пидкасистого. — Москва : Педагогическое общество России, 2017. — 640 с.
33. Педагогический энциклопедический словарь / главный редактор Б. М. Бим-Бад. — 3-е изд., стер. — Москва : Большая российская энциклопедия, 2009. — 527 с.
34. Подболотова, М. И. Финансовая грамотность как компетентность выпускника общеобразовательной школы : структура и содержание / М. И. Подболотова, Н. В. Демина // Академический вестник. — 2019. — № 1 (14). — С. 10–16.
35. Преподавание учебного курса «Основы финансовой грамотности» в основной школе : учебно-методическое пособие / составитель Т. Ю. Еремина. — Киров : Старая Вятка, 2017. — 166 с.
36. Проект ОЭСР по вопросам финансового образования. — URL : <http://www.oecd.org/dataoecd/61/47/46238943.pdf> (дата обращения : 06.10.2020).
37. Рыжановская, Л. Ю. Финансовая грамотность как элемент человеческого капитала и фактор социально-экономического развития / Л. Ю. Рыжановская // Финансовый журнал. — 2019. — № 4. — С. 151–158.
38. Сергеев, И. С. Основы педагогической деятельности : учебное пособие / И. С. Сергеев. — Санкт-Петербург : Питер, 2017. — 316 с.
39. Совершенствование национальных стратегий финансового образования : совместная публикация председательства Российской Федерации в «Группе двадцати» и ОЭСР. — Москва : OECD, 2017. — 391 с.
40. Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации : проект. — URL: <http://profesiniciative.ru/index.php/ai1/480-grishakina241116> (дата обращения: 15.12.2020).
41. Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы : распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 г. № 2039 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения : 25.09.2020).
42. Татарченкова, С. С. Урок как педагогический феномен : учебно-методическое пособие / С. С. Татарченкова. — Санкт-Петербург : Каро, 2015. 78 с.
43. Толочко, И. Г. Финансирование в сфере высшего образования : основные проблемы / И. Г. Толочко // Молодой ученый. — 2017. — № 19. — С. 371–374.
44. Формирование основ финансовой грамотности у детей и подростков : сборник методических разработок. — URL : <http://stavropk.ru/attachments/article/673/sbornik.pdf> (дата обращения : 24.12.2020).
45. Хвесеня, Н. П. Методика преподавания экономических дисциплин / Н. П. Хвесеня, М. В. Сакович. — Минск : Белорусский государственный университет, 2016. — 116 с.
46. Шевяков, М. Ю. Перспективы изменения финансового поведения в результате повышения уровня финансовой грамотности / М. Ю. Шевяков, Н. Евсеева // Бюджет и финансы : финансовая грамотность. — 2018. — № 1 (10–11). — С. 30–35.

Сведения об авторе

Сидорова Вероника Сергеевна, заместитель декана факультета социально-культурных технологий Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия, geniy-chelovechestva@mail.ru

Sidorova Veronika Sergeevna, Deputy Dean of the Faculty of Social and Cultural Technologies, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, geniy-chelovechestva@mail.ru

УДК 378

*Е.В. Тараторин, Е.В. Курапина**E.V. Taratorin, E.V. Kurapina*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТЕОРИЯ, МЕТОДИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE SCIENTIFIC SPECIALTY "THEORY, METHODOLOGY AND ORGANIZATION OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITIES"

Аннотация. В статье рассматривается проблемное поле научной специальности «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности», указываются основные области ее исследования. В тексте статьи упоминается приказ министра науки и высшего образования РФ об утверждении номенклатуры научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени. Теперь в перечне педагогических специальностей полностью отсутствует научная специальность «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности». В статье описываются итоги Всероссийского научного форума с международным участием «Социально-культурная деятельность в проекции будущего: инновации, управленческие технологии, креативные практики», участники которого предлагали варианты решения сложившейся ситуации, называя возможные варианты иного названия научной специальности в рамках новой номенклатуры. Итогом разрешения споров научного сообщества стал проект паспорта научной специальности 5.8.1. «Общая педагогика, история педагогики и образования», в котором все-таки отражены педагогические концепции организации социально-культурной деятельности.

Ключевые слова: научная специальность, социально-культурная деятельность, педагогика.

Annotation. The article examines the problem field of the scientific specialty "Theory, Methodology and Organization of Socio-Cultural Activities", indicates the main areas of its research. The text of the article mentions the order of the Minister of Science and Higher Education of the Russian Federation on the approval of the nomenclature of scientific specialties for which academic degrees are awarded. Now the list of pedagogical specialties completely lacks the scientific specialty "Theory, Methodology and Organization of Socio-Cultural Activities". The article describes the results of the All-Russian Scientific Forum with international participation "Socio-Cultural Activities in the Projection of the Future: Innovations, Management Technologies, Creative Practices", the participants of which offered solutions to the current situation, naming possible options for a different name of the scientific specialty within the new nomenclature. The result of the settlement of disputes of the scientific community was the draft passport of the scientific specialty 5.8.1. "General Pedagogy, History of Pedagogy and Education", which nevertheless reflects the pedagogical concepts of the organization of socio-cultural activities.

Keywords: scientific specialty, socio-cultural activity, pedagogy.

Гуманитарные науки, специализирующиеся на человеке и его жизнедеятельности в обществе, являются науками о продуктах духовной творческой деятельности человека. Социально-культурная деятельность, являясь направлением педагогики, выступая процессом сохранения, трансляции, освоения и развития традиций, норм, ценностей в сфере исторической, художественной, духовно-нравственной и других видах культур современного общества, всегда ориентирована на человека, на его развитие и воспитание. Она производит особый вид продукта, который имеет потребительское свойство. Социально-культурная деятельность, имея гуманистический, культурологический и развивающий характер, опирается на современные достижения наук о человеке, на широкий социальный, культурный и педагогический опыт построения и развития воспитания, образования и досуга.

Научная специальность 13.00.05 «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности» была введена в номенклатуру специальностей научных работников в 2000 году. С этого времени начинается активное развитие данной педагогической науки как системы идей, выводов о закономерностях и сущности педагогического процесса, принципах его организации и технологиях развития личности в условиях социально-педагогической, образовательной, художественно-творческой, досуговой других видах деятельности.

На протяжении чуть менее четверти века научная специальность активно развивалась, открывались новые перспективные направления педагогических исследований. За эти годы научная специальность «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности» сложилась как прогрессивно развивающаяся область педагогической науки.

24 февраля 2021 года Министр науки и высшего образования Российской Федерации В.Н. Фальков издал приказ № 118 об утверждении номенклатуры научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени, и внесении изменения в положение о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10 ноября 2017 г. № 1093. Согласно приказу, утверждается новая номенклатура научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени.

Новая номенклатура научных специальностей состоит из пяти областей науки:

1. Естественные науки.
2. Технические науки.
3. Медицинские науки.
4. Сельскохозяйственные науки.
5. Социальные и гуманитарные науки.

Каждая область науки включает в себя группы научных специальностей, каждая группа — шифр и наименование научной специальности.

Педагогика как одна из групп области социальных и гуманитарных наук, согласно приказу, включает в себя новые шифры и названия научных специальностей. Теперь номенклатура педагогических научных специальностей, по которой присуждаются ученые степени кандидата наук и ученые степени доктора наук, выглядит следующим образом:

5.8.1. Общая педагогика, история педагогики и образования.

5.8.2. Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования).

5.8.3. Коррекционная педагогика (сурдопедагогика и тифлопедагогика, олигофренопедагогика и логопедия).

5.8.4. Физическая культура и профессиональная физическая подготовка.

5.8.5. Теория и методика спорта.

5.8.6. Оздоровительная и адаптивная физическая культура.

5.8.7. Методология и технология профессионального образования.

В отличие от предыдущей номенклатуры педагогических научных специальностей (13.00.01, 13.00.02, 13.00.03, 13.00.04, 13.00.05, 13.00.08) обновленная номенклатура содержит три спортивных научных специальности, направленных на решение различных педагогических задач. Однако, теперь в перечне педагогических специальностей полностью отсутствует научная специальность «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности».

Данный факт вызвал недоумение и растерянность у педагогического сообщества и научных работников, занимающихся разработкой теории и методики социально-культурной деятельности, практиков, организующих педагогические проекты и программы в рамках данной научной специальности. В связи с чем, назрела острая необходимость в скорейшем решении сложившейся проблемы и поиске путей ее решения. Так, 28 мая 2021 года был организован и проведен второй Всероссийский научный форум с международным участием «Социально-культурная деятельность в проекции будущего: инновации, управленческие технологии, креативные практики», организованный кафедрой социально-культурной деятельности Московского государственного института культуры.

Самым обсуждаемым и дискутируемым стал доклад доктора педагогических наук, профессора, заведующего кафедрой социально-культурной деятельности Московского государственного института культуры Н.Н. Ярошенко о генезисе теории социально-культурной деятельности и ее неопределенном будущем. В своем выступлении Николай Николаевич затронул вопрос о перспективах трансформации теории социально-культурной деятельности, тенденции сохранения педагогической традиции социально-культурной деятельности, тенденции усиления процессов объективной дифференциации и интеграции научных исследований социально-культурных явлений и процессов, формировании новой междисциплинарной модели социально-культурных исследований.

В ходе работы форума участники искали оптимальные пути решения сложившейся проблемы, предлагали формулировки названия научной специальности с точки зрения педагогики. Участники видели «продолжение жизни» теории социально-культурной деятельности в составе специальности 5.8.1. — Общая педагогика, история педагогики и образования. Теперь, по мнению участников форума, в названии научной специальности отчетливо должен прослеживаться педагогический корень, новое название должно максимально отражать педагогический процесс, в связи с чем, прозвучала идея трансформировать социально-культурную деятельность в педагогику досуга.

В работе форума прозвучала и другая версия, касающаяся педагогического корня социально-культурной деятельности. По мнению Н.Н. Ярошенко, педагогический корень вырос из просветительных практик. Социально-культурная деятельность пришла на смену таким научным специальностям, как «Культурно-просветительная работа» и «Культурно-просветительная деятельность». Вопрос о просветительной составляющей социально-

культурной деятельности актуализируется с принятием Федерального закона от 05 апреля 2021 года № 85 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации». Закон вводит понятие просветительской деятельности как деятельности, осуществляемой вне рамок образовательных программ, направленной, в частности, на распространение знаний, опыта, ценностных установок, компетенции в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека.

Факт внесения поправок в Закон «Об образовании в РФ» и введения понятия просветительской деятельности делает актуальной идею участников форума о возможном переименовании специальности «Теория, методика и организация социально-культурной деятельности» в специальность «Культурное просвещение» или «Социально-культурное просветительство».

Высказанные предложения и идеи участников Всероссийского форума «Социально-культурная деятельность в проекции будущего: инновации, управленческие технологии, креативные практики» были приняты к сведению. Дальнейшая работа в этом направлении напрямую зависела от содержания паспорта научной специальности 5.8.1. — Общая педагогика, история педагогики и образования на предмет включения в него проблемного поля социально-культурной деятельности.

Летом 2021 года на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации были размещены проекты паспортов научных специальностей согласной новой номенклатуре, утвержденной приказом № 118 от 24 февраля 2021 года. Проекты паспортов были разработаны экспертными советами ВАК при Минобрнауки РФ.

В итоге, в паспорте научной специальности 5.8.1 «Общая педагогика, история педагогики и образования» отражены педагогические концепции организации социально-культурной деятельности. К проблемному полю социально-культурной деятельности, отраженному в паспорте указанной специальности, также можно отнести социокультурные практики в образовании; детские общественные движения и объединения; педагогику семейного воспитания; педагогическую поддержку семейного воспитания; социокультурную обусловленность воспитания.

Таким образом, проблемное поле социально-культурной деятельности в составе педагогической специальности откроет исследователям широкие возможности для поиска перспективных векторов развития теории, методики и организации социально-культурной деятельности. Накопленный теоретико-методологический материал послужит источниковой базой для дальнейших педагогических исследований, научных разработок, диссертационных изысканий. Станет основой для успешной организации педагогического процесса в рамках социально-культурных практик и креативных индустрий.

Сведения об авторах

Тараторин Евгений Викторович, канд. педагог. наук, доц., Орловский государственный институт культуры, г. Орел, Россия, etaratorin@mail.ru

Курапина Екатерина Валерьевна, канд. педагог. наук, доц., Орловский государственный институт культуры, г. Орел, Россия, shaden26@bk.ru

Taratorin Evgeni Viktorovich, Candidate of Pedagogics, Associate Professor, The Orel State Institute of Culture, Orel, Russia, etaratorin@mail.ru

Kurapina Ekaterina Valeryevna, Candidate of Pedagogics, Associate Professor, The Orel State Institute of Culture, Orel, Russia, shaden26@bk.ru

УДК 338.48

А.К. Чудиновская, Е.А. Савицкая
A.C. Chudinovskaya, E.A. Savitskaya

ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ВЫСТАВОЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

TOURIST DESTINATION IN THE CONTEXT OF EXHIBITION MANAGEMENT

Аннотация. В данной статье были рассмотрены цели и основные элементы выставочного менеджмента, приведены примеры выставочных туристских мероприятий России и предложена идея дальнейшего развития направления ягодного экотуризма с последующим выходом на специализированные выставки. Целью данной статьи является рассмотрение важности туристских выставок и фестивалей с точки зрения продвижения туристской дестинации.

Ключевые слова: туризм, выставочный менеджмент, выставочная деятельность, туристская дестинация, Тюменская область, выставки

Annotation. In this article, the goals and main elements of exhibition management were considered, examples of exhibition tourism events in Russia were given and an idea was proposed for the further development of the berry ecotourism direction with subsequent entry to specialized exhibitions. The purpose of this article is to consider the importance of tourism exhibitions and festivals in terms of promoting a tourist destination.

Keywords: tourism, exhibition management, exhibition activities, tourist destination, the Tyumen Region, exhibitions.

Выставочная деятельность как форма общения продавцов, рекламирующих свой товар, и покупателей, стремящихся сделать правильный выбор, зародилась еще в древнейшие времена [3]. Само слово «выставка» — производное от глагола выставлять. Выставочное искусство и его синоним «искусство экспонирования» означает: выставлять что-нибудь на показ, показывать, демонстрировать [2].

Современные выставки представляют собой сложное сочетание разнообразных связей, интересов и возможностей. Несмотря на стремительное развитие интернет-технологий, выставки до сих пор остаются важнейшим средством коммуникаций и эффективным способом продвижения товаров и услуг [1].

В данной статье мы рассмотрим то, насколько важны подобные мероприятия для продвижения товаров, услуг и дестинации с точки зрения туризма. В качестве методов исследования для этой статьи были использованы теоретические методы: прежде всего, контент-анализ источников.

Организация выставок — процесс, требующий грамотного подхода и разработки качественного плана. Для этого существует выставочный ме-

менеджмент, имеющий большое значение для деятельности предприятия на выставках. Менеджмент обеспечивает разработку грамотной стратегии, оценивает рациональность и окупаемость участия в тех или иных событиях, а также позволяет обеспечить их высокую эффективность.

Основная цель выставочного менеджмента — максимально безупречно спланировать и организовать весь процесс участия в выставке, который состоит из следующих элементов:

- 1) процесс принятия решения об участии в выставке;
- 2) процесс выбора конкретной выставки;
- 3) планирование организации и подготовки участия в выставке;
- 4) непосредственная подготовка участия в выставке;
- 5) подготовка персонала для работы на стенде;
- 6) непосредственная координация работы на выставке;
- 7) анализ результатов участия в выставке [10].

Вследствие эпидемии COVID-19 (коронавирус), выставочная отрасль понесла серьезные потери, т.к. на проведение подобных мероприятий действуют ограничения.

Туристская индустрия пострадала и здесь, т.к. выставки играют заметную роль как средство маркетинга, рекламы и коммуникаций. Выставки в туризме отличаются тем, что на них одновременно встречаются специалисты, продавцы, производители и потребители турпродукта [3]. Однако участие в подобных мероприятиях позволить может далеко не каждая туристская компания: участие требует вложения значительных средств и достижения определенного уровня в своей сфере деятельности.

В мире проводится огромное количество выставок и ярмарок, связанных с туризмом. Россия не стала исключением, ведь здесь уже на протяжении многих лет проводятся подобные мероприятия, на которых продвигаются актуальные турпродукты.

Например, крупнейшая специализированная международная туристская выставка — MITT «Путешествие и туризм», впервые прошедшая в Москве в 1994 г. На сегодняшний день она является самой популярной в стране. Участники и посетители имеют возможность встретиться с представителями мировых туристских ассоциаций, регуляторами отрасли, найти новых клиентов и партнеров, а также узнать о трендах индустрии на уникальных мероприятиях деловой программы [8].

Также проводится единственное в России конгрессно-выставочное мероприятие, полностью ориентированное на внутренний и въездной туризм — SIFT (Sochi International Forum for Tourism). Участники турфорума — туроператоры и турагенты; предприятия санаторно-курортного комплекса, турдестинации и объекты; представители федеральных, региональных и местных органов власти в сфере туризма и культуры; туристские информационные центры регионов РФ; эксперты и практикующие специалисты в области туристской индустрии; представители смежных отраслей.

Основные посетители турфорума — специалисты, в первую очередь — туроператоры и турагенты из различных регионов, заинтересованные в поиске новых контактов, установлении деловых связей и заключении коммерческих сделок [9].

Такие мероприятия также отличный способ продвижения туристской дестинации — территории, обладающей определенной привлекательностью для туристов.

В статье «Актуализация туристских поездок в контексте развития внутреннего регионального туризма» авторами было проведено исследование, в результате которого было выявлено, что Тюменская область имеет все перспективы для успешного развития туризма в регионе [4]. Чтобы привлечь в регион туристов можно использовать не только наружную рекламу и рекламу в социальных сетях, но и участие в выставках и ярмарках (рис.1).

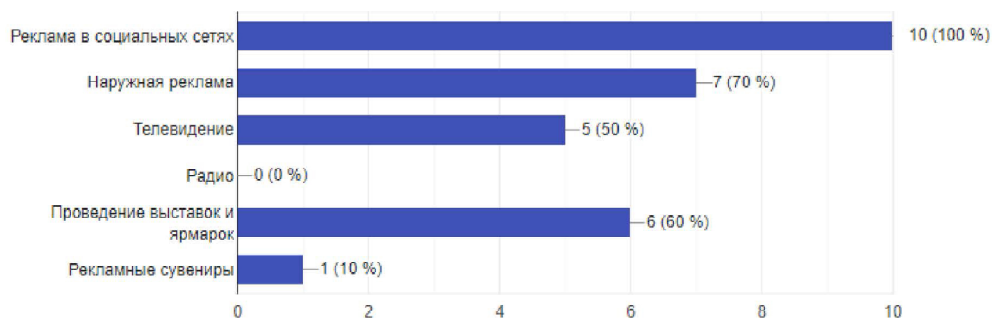


Рис. 1. Средства привлечения потенциальных туристов

Тюменская область как туристская дестинация нуждается в таком продвижении, учитывая вновь возрастающую популярность подобных мероприятий. Достаточное количество рекламных стендов сможет привлечь внимание не только к конкретным направлениям, но и к региону в целом.

В марте 2019 года регион уже участвовал в крупной международной выставке ITB Berlin (полное название «Международная туристическая биржа в Берлине»). Тюменская область была представлена на стенде Сибири, координатором которого выступила ТК «Олимпия-Райзен-Сибирь».

На выставке был презентован национальный туристский проект «Императорский маршрут», который реализуется под эгидой Министерства культуры России совместно с Фондом содействия возрождению традиций милосердия и благотворительности «Елисаветинско-Сергиевское просветительское общество» [7].

Участие в подобном масштабном мероприятии позволило привлечь к сотрудничеству такие страны как Греция, Испания, Швейцария, Болгария, Сербия и Германия.

В 2019 в Тюмени был проведен турфестиваль «Открой свою Сибирь», на котором были представлены более ста интересных предложений.

Каждый из многочисленных гостей фестиваля мог получить исчерпывающую информацию о выставках, концертах, гастрономических предложениях, возможностях для санаторно-курортного лечения и других событиях [6].

В марте этого года стенд Тюменской области привлек повышенное внимание посетителей международной туристской выставки МИТТ в Москве.

Руководитель тюменской делегации, заместитель губернатора Андрей Пантелеев, прокомментировал это так: «Стенд Тюменской области традиционно один из лучших, он первый в выставочном пространстве российских регионов... Эффект, который мы получили — рост турпотока в январские праздники. За месяц мы восстановили туристический поток до уровня 2019 года. Также проговорили о привлечении местных инвесторов, концеп-

ции проекта, который представим в Ростуризм, возможности проведения переговоров с крупными инвесторами, которые работают в сегменте термальных курортов» [5].

С каждым годом регион предлагает новые интересные направления, которые можно представить на выставках и фестивалях. Благодаря участию в подобных мероприятиях, Тюменская область не только имеет возможность заявить о себе, но и установить перспективные деловые контакты.

Одним из перспективных направлений является продвижение ягодного туризма, о котором рассказывалось в статье «Актуализация туристских поездок в контексте развития внутреннего регионального туризма». С продуманной стратегией и хорошей маркетинговой кампанией можно принять участие в такой крупной выставке как МИТТ, проходящей ежегодно в столице России.

Таким образом, выставочная деятельность играет немаловажную роль в продвижении туристских продуктов и услуг. Это подтверждается на примере Тюменской области. Участие в специализированных выставках позволило региону привлечь внимание зарубежных стран, наладить новые деловые контакты и восстановить туристский поток.

Библиографический список

1. Коновалова, Е. Е. Выставки как эффективное средство продвижения туристического продукта / Е. Е. Коновалова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2011. — №7. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vystavki-kak-effektivnoe-sredstvo-prodvizheniya-turisticheskogo-produkta> (дата обращения : 04.10.2021).
2. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 447 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL : <https://www.iprbookshop.ru/81815.html> (дата обращения : 01.10.2021).
3. Потапова, С. А. Экскурсионно-выставочная деятельность : учеб. пособие / С. А. Потапова. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2012. — 99 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL : <https://www.iprbookshop.ru/14533.html> (дата обращения: 01.10.2021).
4. Рахманова, А. М. Актуализация туристских поездок в контексте развития внутреннего регионального туризма / А. М. Рахманова, А. К. Чудиновская. — Тюмень, 2020. — 7 с. (дата обращения : 05.10.21).
5. Туристические возможности Тюменской области заинтересовали посетителей международной выставки МИТТ — Тюменская линия. — Текст : электронный // Новости Тюмени, СМИ — Тюменская линия : [сайт]. — URL: <https://t-l.ru/300465.html> (дата обращения : 06.10.2021).
6. Туристический фестиваль «Открой свою Сибирь» стартовал в Тюмени — Тюменская линия. — Текст : электронный // Новости Тюмени, СМИ — Тюменская линия : [сайт]. — URL : https://t-l.ru/274453.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения : 06.10.2021).
7. Тюменская область приняла участие в туристической выставке ITB Berlin — Тюменская линия. — Текст : электронный // Новости Тюмени, СМИ — Тюменская линия : [сайт]. — URL : <https://t-l.ru/260493.html> (дата обращения : 06.10.2021).
8. МИТТ — Международная туристическая выставка МИТТ 2022 : [сайт]. — URL : <https://mitt.ru/Ru> (дата обращения : 02.10.2021).
9. XXVI Международная туристская выставка Курорты и Туризм. Сезон 2021. Проводится в рамках международного Туристского Форума в Сочи — SIFT 2020. — Текст : электронный // «Международный туристский форум в Сочи» : [сайт]. — URL : <https://tour-forum.com/vistavki.php#> (дата обращения : 04.10.2021).

10. Основы выставочного менеджмента предприятий — Студопедия. — Текст : электронный // Студопедия — Ваша школопедия : [сайт]. — URL : https://studopedia.ru/2_128389_osnovi-vistavochного-menedzhmenta-predpriyatiy.html (дата обращения : 07.10.2021).

Сведения об авторах

Чудиновская Анна Константиновна, студент 4 курса, направление 43.02.03 «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, Chudinovskaya2000@gmail.com

Савицкая Елена Александровна, канд. экон. наук, доц. кафедры музейных технологий, истории и туризма Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия.

Chudinovskaya Anna Konstantinovna, 4th year student of the direction 43.02.03 "Tourism", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, Chudinovskaya2000@gmail.com

Savitskaya Elena Alexandrovna, Ph.D. economy Sciences, Assoc. Department of Museum Technologies, History and Tourism, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 37.015: 304

*В.Н. Шапалов**V.N. Shapalov*

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

FORMATION PROBLEMS OF CIVIC IDENTITY IN MODERN RUSSIAN SOCIETY

Аннотация. Данная статья анализирует содержание понятия «гражданская идентичность», ее структурные элементы и функции. Приведенные факты позволяют утверждать, что гражданская идентичность является основой консолидации многонационального российского общества. Охарактеризованы факторы, оказывающие влияние на формирование гражданской идентичности в современной России. Обосновывается вывод, что для современного российского общества проблема формирования гражданской идентичности в силу объективных причин остается одной из ключевых и должна стать одной из приоритетных задач государства и гражданского общества.

Ключевые слова: идентичность, кризис идентичности, гражданская идентичность, структура гражданской идентичности личности, функции гражданской идентичности, гражданское общество, национальное самосознание

Annotation. This article analyzes the content of the concept of “civic identity”, its structural elements and functions. The above facts allow us to assert that civic identity is the basis for the consolidation of a multinational Russian society. The factors influencing the formation of civic identity in modern Russia are characterized. The conclusion is substantiated that for modern Russian society the problem of the formation of civic identity, due to objective reasons, remains one of the key ones and should become one of the priority tasks of the state and civil society.

Keywords: identity, identity crisis, civic identity, structure of civic identity of an individual, functions of civic identity, civil society, national identity.

На современном этапе развития человечества среди наиболее значимых политических и социально-экономических процессов особую теоретическую и практическую остроту приобретает проблема идентичности. Несмотря на то, что феномен идентичности активно изучается исследователями, термин «идентичность» до сих пор остается одним из самых сложных и многозначных понятий. В широком понимании идентичность — это сформированное свойство человека быть и оставаться самим собой во всевозможных социальных ситуациях, которое возникает в результате осознания самого себя как личности, отличной от всех других.

Идентичность становится предметом исследования во многих отраслях социально-гуманитарного знания. Видный британский социолог З. Бауман

отмечал: «Никакой иной аспект нашей жизни не привлекает сейчас такого внимания философов, социологов и психологов» [5, с. 111]. Осмысливая данное явление, он подчеркивал, что «идентичность» становится призмой, через которую рассматриваются, оцениваются и изучаются многие важные черты современной жизни» [там же]. Развивая и дополняя данное положение, социальный философ А. Этциони делает вывод, что если «XX век — это век идеологической борьбы в мире, то общественное развитие в XXI веке будет определяться вызовами идентичности» [17, с. 69]:

Глобальные изменения всех сторон жизни современного общества, рост числа полиэтнических, поликонфессиональных, многонациональных и мультикультурных государств, возрастание миграционных процессов во всем мире, а вместе с этим и значительное увеличение межэтнических, межкультурных и межконфессиональных конфликтов ставят перед многими государствами задачу консолидации своих граждан. В этой связи обратим внимание на то, что для Российской Федерации, переживающей процессы модернизации и демократизации, вопрос состояния гражданской идентичности является острой политической и социальной проблемой.

Многие зарубежные и отечественные исследователи рассматривали и рассматривают кризис идентичности в современной России как самое значительное последствие развала СССР, который повлек за собой социально-психологическую травму большинства населения великой державы. Распад практически сложившейся общности — «советский народ» — не только вызвал системный кризис политической идентификации, но и привел к множественным конфликтам. Характеризуя данное положение, политолог А. С. Панарин делает закономерный вывод о том, что «главный кризис современной России — это кризис не социальный и не экономический, а кризис идентичности. Именно этот кризис препятствует “вызреванию” в обществе и в недрах политической элиты общенациональной Идеи и образованию субъектов национальных интересов» [13, 118].

Выделим основные формы утраты идентичности после распада Советского Союза. В первую очередь это проявилось в потере коллективной памяти, распаде общественного самосознания и веры в общее будущее, в значительном ослаблении традиционных ценностей и ориентиров, как регуляторов социального поведения, в активном отчуждении граждан от социальных процессов. Иными словами, происходит внутреннее, не сразу ощущаемое ослабление, а затем и распад социальной сферы и как результат — своеобразная «атомизация» общества.

Закономерно, что вопрос о формировании общероссийской гражданской идентичности появился с возникновением нового российского государства, когда выявилась потребность в объединяющей идее, способной консолидировать, сплотить и объединить российское общество. Прошедшие десятилетия показали, что этот процесс не дает ощутимых результатов, так как его формирование объективно тормозится целым рядом причин.

Исследователи отмечают ценностную и мировоззренческую неопределенность современной России, которая вызвана объективной раздробленностью общества, что проявляется как огромным разрывом в материальном положении и перспективами на будущее между представителями различных социальных слоев и групп, так и между регионами. Анализируя особенности социально-экономического развития российских регионов, известный исследователь Н. Зубаревич отмечает, что внутри одной страны сосуществуют

«четыре России»: «столичные мегаполисы, «советские» промышленные регионы, огромная по территории периферия, состоящая из жителей села, поселков и малых городов, слабо развитые республики Северного Кавказа и юга Сибири (Тыва, Алтай), в которых есть и крупные, и небольшие города, но почти нет промышленных» [9, с. 67]. Иными словами, различие российских территорий по уровню социально-экономического развития, разнообразию институтов, включая и традиции управления, особенностям культуры и укладам жизни населения сопоставимо с разнообразием стран — членов ООН.

В обществе утеряно доверие к базовым институтам государства и общества: политическим партиям, общественным организациям, правоохранительным органам, судебной системе, парламенту, СМИ.

В СМИ последовательно подчеркивается ведущая и определяющая роль сильной авторитарной власти в общественном развитии России, не подвергается сомнению приоритет государства над гражданским обществом, целенаправленно формируется представление об особой миссии России в мире. Напомним и об исторической тяге общества к унитарно-авторитарным формам правления; его недоверии и даже пренебрежению к демократическим институтам. Закономерно, что все это ориентирует общество не на компромисс, а силу при решении спорных вопросов, на применении насилия для достижения целей.

Основными чертами российского социума до сих пор остаются взаимная автономия и даже неприязнь власти и общества; отсутствие или слабость вертикальных и горизонтальных связей в обществе, что во многом затрудняет желание или возможность участия граждан в общественной жизни; формируется неспособность к решению простейших рутинных задач; наличие вездесущей коррупции как формы откупа государства и власти от народа и наоборот.

Иными словами, масса граждан современной России за прошедшие десятилетия так и не сменила парадигму своего социального сознания, «чувственного восприятия действительности и эмоционального выражения отношения к ней, отзывчивость на радикализм» [10, с. 73].

При всех разговорах о формировании правового государства в обществе господствует пренебрежение к законам с одновременным желанием и поиском возможностей их обойти; неприятие абсолютизации норм права и закона и ориентация на договорные нормы отношений. В стране у преобладающей части населения наблюдается низкий уровень терпимости по отношению к иным укладам и образу жизни, ценностям и представлениям. Постоянно сохраняется негативное отношение к Западу с присущим ему рационализмом, прагматизмом и индивидуализмом. Анализируя данное положение, исследователь подчеркивает, что российское общество «заражено культурными архаизмами, этническими предрассудками, фобиями и мифами, выступающими как барьер для интеграции» [12, с. 36].

Без преувеличения можно утверждать, что глубоко укоренившиеся черты традиционалистской, архаичной коллективной формы идентичности не только не соответствует вызовам времени, задачам развития страны, но и становятся тормозом ее развития, ограничение личной инициативы и мотивации достижения с отсутствием ориентиров дальнейшего развития отбрасывают Россию назад.

Ценностная и мировоззренческая неопределенность современной России наглядно доказывает, что российское общество так и не нашло новых точек

опоры и в результате сохраняются последствия идентификационного вакуума. Подчеркнем, что отсутствие гражданской идентичности лишает современную Россию перспектив развития и одновременно является одним из значимых факторов ее нестабильности.

Кроме того, проблема идентичности приобретает особую актуальность и в связи с общей демографической ситуацией в стране, которая характеризуется изменением этнического баланса в стране на фоне сокращения русского населения. В связи с сокращением трудоспособного населения, России объективно необходимо стимулировать приток мигрантов из стран ближнего зарубежья. Это данность, с которой надо считаться. Но в то же время, мы должны говорить не только о повышении эффективности мерх иммиграционной политики, о квотах для мигрантов, учитывая потребности конкретных отраслей и региональных экономик, но также о механизмах интеграции новых сограждан.

Понятие «гражданская идентичность» начинает осмысливаться отечественными исследователями только с 1990-х годов XX века, поэтому оно не имеет четкой и общепризнанной дефиниции, до сих пор наблюдается большой разброс мнений о его содержании и структуре.

Социолог Л. М. Дробижева рассматривает гражданскую идентичность как синоним коллективной идентичности, «скрепляющую людей разных национальностей, социального, экономического, социокультурного положения, взаимодействующих в составе политической нации» [6, с. 76].

Для Л. С. Пастуховой гражданская идентичность является «ключевым социокультурным и мировоззренческим качеством личности, «проявляющееся в сознательном принятии личностью своей принадлежности к определенному государству, его социально-правовой системе и культуре, к самоотождествлению себя с носителями определенного мировоззрения, нравственных принципов, образа мышления и поведения» [14, с. 36].

По мнению Т.В. Водолажской, гражданская идентичность — «это большая группа, объединяющая население страны, характеризующаяся, как правило, общностью исторической судьбы, традиций, культурного контекста и языка, эмоциональными связями, в тоже время ключевой является политическая основа объединения, которая, по сути, подтверждает факт существования государства» [7, с. 140].

Р.Д. Хунагов, З.А. Заде отмечают: что «гражданскую идентичность следует рассматривать как структурный компонент социальной идентичности и как результат процесса самоотождествления субъекта с соответствующими социальными группами на когнитивном и эмоциональном уровнях личности» [16, с. 5].

Психолог и педагог А.Г. Асмолов данное понятие трактует как «осознание личностью своей принадлежности к сообществу граждан определенного государства на общекультурной основе» [3, с. 23]. При этом автор подчеркивает, что гражданская идентичность базируется на личностных ценностях, чем и отличается от понятия «гражданство».

В частности, исследователи отмечают, что основой гражданской идентичности личности является осознанное присвоение таких гражданских ценностей как «внутренняя свобода, равноправие, личное достоинство, право на свободную информацию, справедливый независимый суд, ценности человеческой жизни, честные выборы, необходимости защиты меньшинства от давления большинства, признания ценности личности [1, с. 72].

Развитая данное положение, они акцентируют внимание на том, что важными условиями формирования гражданской идентичности являются «активное отношение человека к миру, политическая активность, готовность принимать самостоятельные решения, социальное доверие, которые возникают в процессе становления социальных связей и в результате взаимодействия людей» [18].

Анализ широкого круга источников позволяет определить понятие «гражданская идентичность» как базовое мировоззренческое и социокультурное качество личности, проявляющееся в сознательном принятии ее своей принадлежности к определенному государству, его истории и культуры, а также нравственных ценностей, норм и традиций общества, особенностей менталитета и способов действия.

Исследователи выделяют в гражданской идентичности следующие структурные компоненты:

- когнитивный (познавательный) — знание о принадлежности к определенной социальной общности;
- эмоционально-оценочный (коннотативный) — принятие или неприятие своей принадлежности;
- ценностно-ориентировочный (аксиологический) — позитивное, амбивалентное или негативное отношение к данной принадлежности;
- деятельностный (поведенческий) — самореализация, типичная для участника определенной социальной общности, находящая проявление в общении и совместной деятельности [8, с. 253].

А.Г. Асмолов отмечает, что показателями сформированности гражданской идентичности личности, используемыми в качестве критериев ее оценки, выступают такие интегративные качества личности как гражданственность, патриотизм и социально-критическое мышление, обеспечивающее когнитивную основу свободного жизненного выбора личности [3, с. 180].

Иными словами, «гражданская идентичность сплачивает и мотивирует общество для решения общих задач, реализации общих целей, является фактором упрочения социальных связей и регулирования поведения индивида и принимаемых им социальных норм» [19].

Структурные и культурные изменения, которые переживает Россией на протяжении последних десятилетий, объективно подводят к выводу, что ее гражданам необходима гражданская идентичность, как наиболее соответствующая современной реальности. Но реализация этого проекта сопряжена с множеством трудностей. Как подчеркивает М. Акимова, для этого «нужна свободная и сознательная страна, страна граждан, стремящихся к самомобилизации, индивидуальной модернизации (модернизации на уровне индивидуума)» [2, с. 12].

Вспоминая исторические уроки, когда Россия вновь и вновь «вставала с колен» и успешно поднималась на новый уровень своего развития, необходимо помнить, что в процессе формирования гражданской идентичности именно «патриотизм может выступать важным фактором консолидации общества, согласования интересов различных социальных групп и движений, создания единства общества и государства», который не только объединяет все поколения, но и обогащает связи современников, тем самым «цементирует» общественную структуру [11, с. 36]. Однако выстраивание гражданской идентичности возможно лишь на основе патриотизма, заинтересованного в диалоговом способе совершенствования системы «власть — общество», с целью

достижения позитивных изменений в интересах общества и государства, который бы постоянно обращался к достижениям России в науке, искусству, к национальным достижениям в духовной сфере в целом.

Формирования гражданской идентичности в России также невозможно без опоры на историческую память, которая постоянно обращаясь к достижениям и урокам прошлого, способна обеспечить непосредственную преемственность и связь поколений,.

Исторический опыт показывает, что успешное формирование гражданской идентичности требует совместных усилий государства и гражданского общества, который возможен лишь при желании и наличии взаимоприемлемых компромиссов, при способности власти и общества учитывать и координировать множество интересов конкурирующих социальных групп.

В то же время необходимо помнить, что России же основным, а иногда и единственным субъектом, решающим задачу поиска модели и сохранения идентичности, «скрепляющей» российское общество, признается только государство. «Россия традиционно принадлежит к тем странам, которые больше ориентированы на государство, чем на общество. Глубоко укоренено убеждение о необходимости сильного государства, что, к сожалению, нередко уравнивалось с самоволием власти. Общество же по традиции недостаточно автономно и независимо, а граждане часто оставлены на милость государства и всемогущих политиков» [5, с. 29].

В этой связи нельзя не согласиться с выводом исследователя о том, что важным фактором успешности формирования гражданской идентичности должен стать внутренний резерв личности, проявляющийся в желании и умении отстаивать свою точку зрения, свою позицию до конца, «формирование таких личностных черт, как автономность (экономическая, политическая, моральная, религиозная, творческая) и умение ей распорядиться, способность устанавливать социальные связи и отношения [15, с. 108].

Формирования базовых оснований гражданской идентичности невозможно без консолидации российского общества, отказа от концепции «осажденной крепости», противопоставления групповых ценностей ценностям остального мира, только при условии совместных поисков и обосновании новых ориентиров и стандартов сотрудничества, взаимодействия, кооперации с другими государствами и обществами. Кроме того, необходимо пройти долгий путь взаимного признания культурных, национальных особенностей и различий, все то, что исследователи определяют как нахождение «единства в многообразии». Данные положения еще раз подтверждают, что «без радикальных перемен политического климата России трудно рассчитывать на решение задач органичной гражданственной интеграции российского общества» [12, с. 36].

Таким образом, формирование гражданской идентичности в Российской Федерации является ключевым условием для решения политических, экономических, социальных, культурных и прочих проблем. Если российское общество будет интегрировано в форму общего коллективного субъекта, способного выработать свои позиции по наиболее значимым вопросам, тогда будет решена проблема формирования развитого гражданского общества, взаимовыгодного партнерства между Россией и другими цивилизациями. В результате успешного формирования гражданской идентичности российское общество сможет не только ответить на все вызовы и угрозы и современного мира, но и занять устойчивое место на международной арене как одна из великих держав.

В то же время необходимо подчеркнуть, что успешному процессу формированию гражданской идентичности в современной России, в первую очередь, препятствуют политические, социальные и ментальные особенности большинства жителей страны, доминирующая роль во многом архаичного государства, которое определяет основные векторы развития российского общества, отсутствие развитого гражданского общества, преобладание вертикальных связей над горизонтальными, а вместе с этим общественных объединений и взаимодоверия между социальными группами, практически полное отчуждение граждан от сферы политики, несформированность цивилизованных механизмов разрешения всего спектра социальных конфликтов, отсутствие установки на формирование и поощрение таких качеств личности, как честность, добросовестность, трудолюбие, ответственность.

В завершении необходимо отметить, что стремительно меняющийся мир, в частности, события в Соединенных Штатах, Германии, Франции, Великобритании наглядно доказали, задача формирования гражданской идентичности не может быть решена окончательно и бесповоротно. Процесс ее формирования — это не единичный акт, а всегда лишь проект, поэтому сформировать идентичность невозможно раз и навсегда, Ее необходимо поддерживать всеми заинтересованными сторонами, иначе ее можно потерять.

Библиографический список

1. Акимова, М. К. Условия и факторы, влияющие на формирование феномена гражданской идентичности / М. К. Акимова. — Текст непосредственный // Материалы XIV Международных чтений памяти Л. С. Выготского «Психология сознания: истоки и перспективы изучения». — Москва : Институт психологии РГГУ. — 2013. — С. 72–78.
2. Акимова, М. К. Факторы, определяющие формирование гражданской идентичности / М. К. Акимова, С. В. Персиянцева. — Текст непосредственный // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. Ч.3. — Тамбов, 2014. — С. 10–15.
3. Асмолов, А. Г. Формирование гражданской идентичности как ключевая задача образования в социокультурной модернизации России : монография / А. Г. Асмолов О. А. Карабанова, М. С. Гусельцева. — Текст непосредственный. — Москва : ФИРО, 2012. — 251 с.
4. Бауман, З. Индивидуализированное общество / Зигмунд Бауман. — Текст: непосредственный // пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. — Логос, 2002. — 390 с.
5. Голенкова, З. Т. Гражданское общество в России / З. Т. Голенкова. — Текст непосредственный // Социс. — 1997. — № 3. — С. 25–36.
6. Дробижева, Л. М. Российская идентичность: факторы интеграции и проблемы развития / Л. М. Дробижева. — Текст непосредственный // Социологическая наука и социальная практика. — 2013. — № 1. — С. 74–84.
7. Водолажская, Т. Идентичность гражданская / Т. Водолажская. — Текст непосредственный // Образовательная политика. — 2010. — № 5–6. — С. 140–142.
8. Ефименко, В. Н. Структурные компоненты и содержательное наполнение понятия «гражданская идентичность» / В. Н. Ефименко. — Текст непосредственный // Теория и практика общественного развития. — 2013. — № 11. — С. 250–254.
9. Зубаревич, Н. В. Регионы и города России : сценарий 2020 / Н. В. Зубаревич. — Текст непосредственный // Pro et Contra. — 2011. — янв.-апр. — С. 57–71.
10. Кожурин, Ю. Ф. Чувство Родины и патриотизм в социокультурной динамике человека / Ю. Ф. Кожурин. — Текст: непосредственный // Гуманитарий : науч.-публицистический альманах : ежегодник Историко-социологического инт-та МГУ им. Н. П. Огарева. — 2008. — № 7. — С. 56–73.
11. Паберзс, А. И. Военно-патриотическое воспитание молодежи Санкт — Петербурга в 1992 — 2005-х годах : опыт деятельности государственных органов и общественных организаций / А. И. Паберзс. — Текст: непосредственный // Власть. — 2009. — № 7. — С. 35–37.

12. Паин, Э. А. Этнополитические условия гражданской интеграции российского общества / Э. А. Паин. — Текст непосредственный // Общественные науки и современность. — 2006. — № 9. — С. 23–37.
13. Панарин, А. С. Стратегическая нестабильность в XXI веке / А. С. Панарин. — Текст непосредственный. — Москва : Алгоритм, 2003. — 640 с.
14. Пастухова, Л. С. Педагогические практики формирования гражданской идентичности молодежи Л. С. Пастухова. — Текст непосредственный // Ценности и смыслы. — 2018. — № 4 (56). — С. 32–36.
15. Семенова, Ю. А. Формирование гражданской идентичности в условиях современного российского общества / Ю. А. Семенова — Текст непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. — 2010. — № 1 (182). Философия. Социология. Культурология. Вып. 16. — С. 104–108.
16. Хунагов, Р. Д. Система образования как институт формирования гражданской идентичности молодежи / Р. Д. Хунагов, З. А. Жаде. — Текст непосредственный // Власть. — 2014. — № 12. — С. 3–7.
17. Этциони, А. От империи к сообществу. Новый подход к международным отношениям / А. Этциони. — Текст непосредственный / пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. — Москва : Ладомир, 2004. — 384 с.
18. Акимова, М. К. Роль гражданской идентичности в структуре социального капитала / М. К. Акимова, С. В. Персиянцева. — Текст непосредственный // Гуманитарные научные исследования. — 2015. — № 6. — Ч. 2. — URL : <https://human.snauka.ru/2015/06/11812> (дата обращения : 17.09.2021).
19. Карбанова, О. А. Формирование гражданской идентичности личности как ключевая задача социокультурной модернизации общества / О. А. Карбанова. — URL : http://www.edu-sok.ru/upload/presentation_karabanova.pdf. (дата обращения : 21.09.2021).

Сведения об авторе

Шапалов Владимир Николаевич, канд. ист. наук, пенсионер, Тюмень, Россия.
Shapalov Vladimir Nikolaevich, Ph.D. history Sci., retired, Tyumen, Russia.

УДК 338.48

*М.В. Шлюева, Е.А. Савицкая**M.V. Shlyueva, E.A. Savitskaya*

К ВОПРОСУ О БРЕНДИНГЕ ТУРИСТСКОГО РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

ON THE ISSUE OF BRANDING OF A TOURIST REGION ON THE EXAMPLE OF THE TYUMEN REGION

Аннотация. В данной статье проанализированы теоретические аспекты брендинга территории. Брендинг рассматривается как фактор, способствующий развитию территории и индустрии туризма в целом. Рассмотрена роль брендинга в повышении туристской привлекательности на примере Тюменской области и проанализирована разработка бренда региона.

Ключевые слова: туризм, бренд, брендинг территории, туристский регион, туристская привлекательность.

Annotation. This article analyzes the theoretical aspects of territory branding. Branding is considered as a factor contributing to the development of the territory and the tourism industry as a whole. The role of branding in increasing tourist attractiveness is regarded on the example of the Tyumen Region and the development of the region's brand is analyzed.

Keywords: tourism, brand, branding of the territory, tourist region, tourist attraction.

Сегодня, в условиях пандемии Covid-19, возрос спрос на внутренний турпродукт.

В связи с подъемом внутреннего туризма для регионов России возникает проблема конкуренции за туристский поток. Тюменская область активно занимается позиционированием и продвижением туристской территории, используя брендинг для повышения привлекательности региона, и, следовательно, привлечения инвестиций для своего развития. Анализируя статистические данные за 2020 год, выявлена тенденция увеличения туристского потока внутри страны. Так, число туристов, выехавших за границу страны, составило 14,1 млн. человек, путешествующих внутри страны 45 223 223 человек, из них в Уральском Федеральном округе 2 803 291 человек (Тюменская область — 1 079 325 человек, Тюменская область (без ХМАО и ЯНАО) — 564 931 человек). По прогнозам, туристский поток в Тюменскую область в 2021 году составит около 3,2 млн и достигнет показателей 2019 года. Только за первое полугодие 2021 года турпоток составляет 2 млн. туристов — почти столько же, сколько за весь 2020 год. Число въездных туристских поездок в первом квартале 2021 года составляет 1163,5 тыс., во втором 1653,7. Прирост второго квартала 2021 г. к второму кварталу 2020 г. составил 2385,6 тыс. туристских поездок. Также отмечается

значительное изменение структуры турпотока. Таким образом, мы наблюдаем возросший туристский поток, который необходимо поддерживать и стимулировать дальнейший рост [3].

Актуальность исследования определяется тем, что в настоящее время многие туристские дестинации России обладают потенциалом, который нуждается в развитии. Именно брендирование территории позволит им обозначить проблемы и вектор дальнейшего развития.

Рассмотрим понятие «бренд». В России термин «бренд», в отличие от зарубежных стран, ассоциируется с понятием «народная марка», другими словами — полюбившийся продукт. Отметим, что в настоящий момент не существует единого определения термина «бренд» и «брендинг». Об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что в современной литературе можно одновременно встретить две формы написания слова — «бренд» и «брэнд». Одни авторы определяют бренд исключительно через экономическую составляющую, а другие только через психологию отношений потребителей к бренду. Экономический аспект в определении «бренда» выделяют такие зарубежные и отечественные авторы, как Ф. Котлер, Д. Аакер, Т. Нильсон, С.М. Дэвис, Л. Чернатони и др. Психологический аспект в определении бренда звучат в работах Д. Берка, Ч. Браймера, Д. Грегори, Д. Кнаппа, В.М. Брежневой, Г.Л. Трусова и др. [1].

Определим значение термина «брендинг территории». Самое первое определение было дано ведущим специалистом территориального брендинга С. Анхольтом в 2002 году. Брендинг «является актом продвижения и обмена, но... не как самоцель, а как возможность создания имиджа для страны». Брендинг территорий довольно новое научное понятие, но вместе с тем за период его появления и использования сформировался богатый теоретический материал. Одновременно с этим ученые и практики не имеют единого мнения в выделении ключевых понятий и определения. Например, Т. Атаева понимает под территориальным брендингом «бренд страны... который выступает важным фактором продвижения территории». А. Брусовая рассматривает бренд территории «как образ страны или региона в сознании мировой общественности». А.Д. Чудновский в своих работах под туристским брендом определяет «объект или комплекс объектов природного, культурно-исторического наследия», а также «маршрут посещения данных объектов, либо уникальные события, ремесла, услуги, необычные занятия, которые интересны большому количеству туристов». Большинство ученых считают, что, применяя брендинг, можно подчеркнуть сильные стороны территории, устранить проблемные зоны, следовательно, повысить уровень развития региона.

Бренд региона — это территориальная идентичность, системно выраженная в ярких и привлекательных идеях, символах, ценностях, образах. Это визуальный или виртуальный символ, положительный «фирменный» признак, по которым потребители идентифицируют регион, «раскрученная» товарная марка, которая формирует или подтверждает его имидж и репутацию [5].

Основной задачей брендинга туристской территории является выделение, позиционирование и усиление ее сильных сторон, которые в большинстве случаев ложатся в основу формирования туристского бренда. Бренд региона как туристской территории выражает основные ценности территории, ее цели, миссию в туризме и помимо вышеперечисленных основные

типы туристских ресурсов. Туристская привлекательность в силу своей непостоянности может меняться в зависимости от множества факторов, которые могут тем или иным образом отразиться на привлекательности туристической территории. К таким факторам могут относиться: наличие современной материально-технической базы туризма, а именно наличие новейших гостиничных комплексов, специализированных предприятий и учреждений с широким ассортиментом услуг [4].

В 2021 году специалисты консалтинговой компании «КБ Стрелка» с помощью искусственного интеллекта проанализировали более 6 миллионов публикаций, оставленных путешественниками в социальных сетях, блогах и на форумах рассчитали индекс туристской привлекательности регионов. Основными показателями для исследователей стала упоминаемость региона и характер текста. В результате специалисты разделили регионы на «Особые», «Известные», «Скромные» и «Малозаметные», которых оказалось больше остальных. Тюменская область и ряд других регионов относятся к категории «Малозаметные». Индекс полезен тем, что он позволяет понять, как наиболее эффективно вложить ресурсы в развитие туристского продукта регионов России, разработать туристский бренд региона, репозиционировать сложившиеся региональные бренды, актуализировать существующие стратегии продвижения туристского продукта регионов и существующие планы мероприятий по развитию туристической инфраструктуры, тем самым, привлечь новых туристов.

Формирование бренда региона должно произрастать в первую очередь исходя из культурных особенностей территории и природных ресурсов. Именно эти характеристики создают неповторимый образ региона, который и должен лечь в основу бренда территории.

Для формирования бренда Тюменской области необходим анализ и выделение преимуществ данной территории. Вокруг Тюменской области образовалось кольцо из минеральных источников, такого нет ни в одном субъекте РФ. Именно источники на данный момент формируют основу туристской привлекательности региона. В 2017 году при проведении интернет-опроса по теме «Туристский бренд Тюменской области» в рамках исследования туристского бренда Тюменской области на вопрос: «Какие достопримечательности Тюмени и Тюменской области вы бы обязательно показали туристу?» 48,95% респондентов ответили: минеральные источники.

На сегодняшний день Тюмень заявляет о себе как о столице термальных источников. В ближайшее время будут реализованы три термальных проекта, которые уже сейчас активно анонсируются в СМИ, что положительно влияет на становление бренда региона, развитие его уникальных сторон. Данное событие как нельзя лучше формирует бренд региона, создает слоган: «Тюмень — столица термальных источников» и, соответственно, расширяет спектр туристических потоков. Таким образом, благодаря богатой рекреационной и оздоровительной базе Тюменская область выстраивает свой уникальный образ, привлекающий как российских, так и зарубежных инвесторов, формируется бренд региона, который так необходим в условиях развития внутреннего туризма Российской Федерации.

Правительство области уделяет внимание развитию туристской индустрии, о чем свидетельствуют различные нормативные документы. В 2018 году была разработана государственная программа Тюменской области «Развитие внутреннего и въездного туризма», в которой туризм определяется

как одна из наиболее перспективных отраслей специализации региона на период с 2020 и на перспективу до 2030 года. Цель программы заключается в повышении качества и конкурентоспособности региональных турпродуктов на туристских рынках [2].

В конце 2017 года усилиями предпринимателей и региональной власти был создан бренд Тюменской области «VisitTyumen». В рамках этого мероприятия проводились многочисленные опросы и исследования. Рассматривались и продвигались такие варианты, как «Тюмень — лучший город Земли», «столица нефти и газа», «город хороших дорог», «город студентов», «сибирский спа-курорт», «город счастливых людей» или «город инвестиций». Множественность образов области указывает на многогранность и разнообразие представлений о данном регионе. Но любой бренд должен быть ориентирован на определенную целевую аудиторию. Именно целевая аудитория определяет ценностное содержание бренда. При разработке бренда не была обозначена четко целевая аудитория.

Неотъемлемой частью регионального бренда являются слоганы: «Не холодно», «В Сибири по своей воле». В качестве символа туристских ресурсов региона выбрана фигурка соболя, вставшего на задние лапы. Собственно, это изображение сибирского зверька в том же виде присутствует на гербе Тюменской области. Автором данного символа стал разработчик студии бренд-дизайна «Лайтшоп» Александр Захаров. Во-первых, символ отражает одну из новых тенденций, которая характеризует Тюмень как маленький кусочек Европы в Сибири. Поэтому изображение соболя выполнено в стиле классической европейской геральдики, в которой всевозможных зверей обычно помещали на фамильных гербах различных династий. Во-вторых, за основу взят соболь, с целью показать один из главных посылов туристического бренда: Сибирь — это тепло. «Соболь всегда был ресурсом для купечества, его называли мягким золотом, он был одним из символом местной торговли. В-третьих, символ отвечает техническим требованиям, заявленным в конкурсе: удобство при масштабировании (адаптирован для использования в маленьком масштабе), использование синего цвета. Все эти характеристики не только легко запоминаются, но и формируют соответствующий образ в сознании «потребителей» бренда, а именно логотип отражает как природные богатства и возможности региона, его историю, значимость и стремления, так и «характер» региона — доброжелательность, гостеприимность и теплота. Бренд «Visit Tyumen» был презентован на крупных имиджевых международных выставках. Также в рамках стратегии формирования бренда Тюменской области разработан портал туристских ресурсов региона visittyumen.ru, на котором можно найти данные о более чем 200 объектах туристской индустрии Тюменской области, 6 операторах, работающих на внутреннем рынке, экскурсионные программы и другую полезную для туристов информацию. У сайта также есть мобильное приложение, где можно в формате 3D осмотреть известные туристские объекты Тюмени [6].

Таким образом, в условиях активно развивающегося внутреннего туризма регионам необходим брендинг для увеличения их популярности и привлекательности. Мы наблюдаем положительную тенденцию в формировании туристско-рекреационного брендинга Тюменской области. Разработка брендинга территории позволила увеличить туристский поток. Грамотная маркетинговая стратегия и поддержка со стороны правительства дает мощный толчок к созданию привлекательной туристской среды.

Библиографический список

1. Каленская, Н. В. Брендинг : учеб.-метод. пособие / Н. В. Каленская, Н. Г. Антонченко ; Мин-во образования науки Российской Федерации, Казанский Федеральный ун-т, Ин-т управления, экономики и финансов, Кафедра маркетинга. — Казань : Абзац, 2019. — 125 с. — URL : https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/150447/F_Uchebnoe_posobie_Brendmenedzhment.pdf?sequence=-1 (дата обращения : 17.10.2021).
2. Российская Федерация. Законы. Государственная программа Тюменской области «Развитие внутреннего и въездного туризма» до 2030 года : Постановление № 489-п. — Тюмень : Кодекс, 2021. — 9 с. — URL : <https://docs.entd.ru/document/550277087> (дата обращения : 17.10.2021).
3. Федеральное агентство по туризму : оф. сайт. — Москва. — Обновляется в течение суток. — URL : <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics> (дата обращения : 17.10.2021).
4. Шалыгина, Н. П. О роли брендинга в формировании туристской привлекательности региона / Н. П. Шалыгина, М. В. Селюков, Е. В. Курач // Фундаментальные исследования. — 2013. — № 8–5. — С. 1165–1168. — URL : <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=32103> (дата обращения : 17.10.2021).
5. Якубова, Т. Н. Территориальный брендинг как инструмент развития региона / Т. Н. Якубова, А. П. Крюкова // Молодой ученый. — 2014. — № 21 (80). — С. 484–488. — URL : <https://moluch.ru/archive/80/14255/> (дата обращения : 17.10.2021).
6. Visit Tyumen : [сайт]. — Тюмень, 2021. — URL : <https://visittyumen.ru> (дата обращения : 17.10.2021).

Сведения об авторах

Шлюева Мария Витальевна, студент 4 курса, направление 43.02.03 «Туризм», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, shlyueva00@mail.ru

Савицкая Елена Александровна, канд. эконом. наук, доцент кафедры музейных технологий, истории и туризма Тюменского государственного института культуры, Тюмень, Россия.

Shlyueva Maria Vitalievna, 4th year student of the direction 43.02.03 "Tourism", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, shlyueva00@mail.ru

Savitskaya Elena Alexandrovna, Ph.D. economy Sciences, Assoc. Department of Museum Technologies, History and Tourism, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia.

УДК 008:316.334.56

*Ю.Ю. Яковлева, Е.А. Басова**Yu.Y. Yakovleva, E.A. Basova*

ОСОБЕННОСТИ КРЕАТИВНЫХ ПРОСТРАНСТВ ТЮМЕНИ

FEATURES OF CREATIVE SPACES IN TYUMEN

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности функционирования арт-пространств города Тюмени. Становится невозможно представить городскую среду без креативных пространств. Наличие таких пространств благоприятно влияет на развитие городской инфраструктуры, а также поддерживает представителей творческих профессий в проектах.

Ключевые слова: креативное пространство, креативность, индустрия досуга, молодежный театр, арт-пространство, элитарное искусство, массовое искусство, коворкинг.

Annotation. This article examines the features of functioning of the art spaces of the city of Tyumen. It becomes impossible to imagine an urban environment without creative spaces. The presence of such spaces has a positive effect on the development of urban infrastructure, and also support representatives of the creative profession in their projects.

Keywords: creative space, creativity, leisure industry, youth theater, art space, elite art, mass art, coworking.

Быстрый темп жизни диктует новые правила для всех сфер деятельности человека. Однако в первую очередь это касается мировой культуры. Согласно Ж.Р. Дюмазедье, у «новых культурных потребителей» не будет зафиксированных предпочтений [2]. Другими словами, люди будут посещать события разных форм, жанров и направлений, а основной целью станет удовлетворение гедонистических потребностей. Однако появление креативных пространств обусловило формирование среды, в которой просветительские и гедонистические начала объединяются и создают симбиоз элитарной и массовой культуры.

Прежде всего следует дать определение термину «пространство», который неоднократно был рассмотрен в онтологии. Остановимся на основных подходах изучения. Декарт считал, что пространство беспредельно и не имеет пустот. Гегель полагал пространство саморазвивающейся абсолютной идеей. И. Кант находил пространство формой чувственного созерцания. Таким образом, философский подход выражает фундаментальные измерения человеческой жизни. Пространство также определяется как бытие саморазвивающихся объектов [1]. Это определение кажется нам наиболее приближенным к современной трактовке среды или пространства в социокультурном контексте. Целью существования любого креа-

тивного пространства является создание условий для самовыражения и взаимодействия людей.

Креативность — самое востребованное качество в современном мире. Начиная с 60-х годов оно становится мерилем успеха любой деятельности. Если творчество изначально рассматривалось как создание нового продукта, то креативность требует создания новых схем для получения того же продукта. Таким образом, креативность стала доминирующим фактором развития городов. Профессор Ричард Флорида отметил существование нового «креативного класса». Он полагал, что там, где создаются благоприятные условия для проживания творческих людей, растет уровень экономического развития [7].

За последние годы в городе Тюмени было открыто немало творческих, образовательных и развлекательных пространств, которые позволяют горожанам продолжать развиваться в своих сферах деятельности, а также расширять круг своих интересов. По словам Артема Андросова, организатора одного из креативных пространств города Тюмени, спрос на такие площадки существует уже давно. Более того, в своем интервью он подчеркнул, что развитие арт-пространств через сферу предпринимательства давно обсуждается и на региональном уровне [4].

Мы полагаем, что существование таких пространств в Тюмени способствует приобщению людей разных сфер деятельности к искусству, помогает создавать единое сообщество единомышленников. Особенно актуально существование таких средств коммуникации в период пандемии, поскольку существует запрет на массовые мероприятия. Городские праздники приходится заменять онлайн-версиями, однако через экран не осуществляется едва ли не самая фундаментальная функция праздника. Сверхзадачей любого городского праздника является объединение горожан, напоминание о принадлежности к общей социальной группе. Креативные пространства города справляются с этой функцией, не нарушая санитарно-эпидемиологических норм. Однако, помимо этого, все арт-пространства обладают особенностями своей деятельности. Рассмотрим креативную среду Тюмени более подробно и определим ее доминирующие функции.

В городе Тюмени существует несколько креативных пространств, каждое из которых имеет свои специфические особенности. Молодежный театральный центр «Космос» занимается развитием современного театрального искусства в регионе. На сцене МТЦ проводятся шоу-кейсы тюменских коллективов, фестивали разных масштабов («Театральная революция», «Живые лица»), показы спектаклей молодых театров, а также эксперименты с новыми театральными формами. Периодически «Космос» вручает гранты для реализации проектов, связанных с улучшением театрального пространства города. Деятельность молодежного театрального центра способствовала популяризации элитарных форм искусства населения Тюмени. Согласно официальной статистике, около 60 000 посетителей ежегодно посещают мероприятия театра. МТЦ «Космос» выполняет функцию «проводника» в искусство. Слоган молодежного театра гласит: «Мы помогаем каждому найти свое место в искусстве». Последними необычными для обывателей показы были аудиопроменад «Гражданин С», спектакль-разговор «Тишина Севера», ритуал-шоу «После чудес» [5]. Экспериментируя с формами, театр дает возможность зрителю попробовать занять разные позиции во время

просмотра: наблюдателя или активного участника процесса. Однако не только зритель может найти дорогу в искусство. Молодые и талантливые режиссеры, постановщики также могут представлять свои работы на большой сцене. Например, в этом году открытие театрального сезона ознаменовалось конкурсом среди молодых режиссеров на право представить свою работу в рамках «Шоу-кейс 2021». Таким образом, арт-пространство помогает в самоидентификации человека в социокультурном пространстве, а также определении своих способностей и дарований.

Мультицентр «Контора пароходства» также имеет свое арт-пространство, которое в основном специализируется на лекциях, встречах-беседах или мастер-классах. Данное пространство — место сосредоточения представителей креативных индустрий, инициативных групп по улучшению городской среды, музыкантов или создателей собственных ивентов. Этим летом арт-пространство на набережной стало местом притяжения поклонников активного отдыха. Горожан ждали занятия спортом, просмотры кино, обсуждения художественной литературы, встречи с психологами, коучами. В команде конторы работают около 25 молодых людей, занимающихся проектами разных масштабов — от городских до международных [6]. Основной вектор развития взят на поддержку современного искусства и его популяризации среди жителей города. Например, ежегодно «Контора пароходства» проводит проект «Морфология улиц», который рассказывает об основных направлениях современного искусства в городе, также ежемесячно выпускается журнал и сериал о креативных индустриях Тюмени. Другими словами, «Контора пароходства» в большей мере выполняет образовательно-культурную функцию.

Недавно открывшееся креативное пространство «Фактура» также пользуется популярностью среди жителей г. Тюмени. Посетителям предлагается посетить зону коворкинга: поработать или встретиться с друзьями в специально оформленном месте, провести фотосессию или начать заниматься хендмейд-продукцией. Более того, на базе этой площадки проводятся музыкальные джемы, где каждый желающий может выступить и заявить о себе. Мы полагаем, что «Фактура» отвечает за рекреационную функцию на данном этапе своего развития.

По данным издания “Visual Capitalists”, Тюмень занимает вторую позицию в рейтинге быстрорастущих городов Европы [3].

Таким образом, наличие креативных пространств разных направлений позволяют жителя города развиваться разносторонне, а также открывать для себя новые сферы деятельности, заводить новые знакомства. Все эти факторы способствуют повышению уровня жизни в городе и повышению темпов роста как следствие.

Библиографический список

1. Гегель, Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 1. Наука логики / Г. В. Ф. Гегель. — Москва : Мысль, 1974. — 452 с.
2. Дюмазель, Ж. Р. На пути к цивилизации досуга / Ж. Р. Дюмазель // Вестник Московского ун-та. Серия 12. Социально-политические исследования. — 1993. — № 1. — С. 83–88.
3. Издание “Visual Capitalists” : сайт. — URL : <https://www.visualcapitalist.com/> (дата обращения : 16.09. 2021).
4. Информационное агентство Тюменская линия : сайт. — URL : <https://t-l.ru/306826.html> (дата обращения : 17.09.2021).

5. Молодежный театральный центр «Космос» : сайт. — URL : <https://kosmoscentr.ru/> (дата обращения : 17.09.2021).
6. Мультицентр «Контора пароходства» : сайт. — URL: <https://xn--80aaahj7avhbcajldsgk4c.xn--p1ai/> (дата обращения : 17.09. 2021).
7. Флорида, Р. Креативный класс / Р. Флорида. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 386 с.

Сведения об авторах

Яковлева Юлия Юрьевна, студент 4 курса, бакалавриат по направлению «Режиссура театрализованных представлений и праздников», Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, ev.al.basova@mail.ru

Басова Евгения Александровна, канд. педагог. наук, доцент кафедры СКД, Тюменский государственный институт культуры, г. Тюмень, Россия, ev.al.basova@mail.ru

Yakovleva Yulia Yurievna, 4th year student Bachelor's degree in the direction of "Directing Theatrical Performances and Holidays", Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, ev.al.basova@mail.ru

Basova Evgeniya Aleksandrovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of SCA, Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, Russia, ev.al.basova@mail.ru

Требования к материалам, представляемым к публикации в научном журнале «Вестник Тюменского государственного института культуры»

К печати принимаются материалы, содержащие результаты ранее не публиковавшихся самостоятельных научных исследований авторов. Тематика публикаций должна отвечать направлениям «Вестника» (в присланных материалах необходимо указывать название направления журнала).

Магистранты должны предоставить письмо-рецензию, подписанное научным руководителем.

О материале, отклоненном от публикации, редакция сообщает автору.

Рукописи не возвращаются.

Рукопись в электронном виде направляется на электронный адрес nauka_tgaki@mail.ru

Параметры представляемых материалов: объем статьи не должен превышать 15 страниц (40 тыс. знаков, включая пробелы и библиографический список); формат А4, поля с каждой стороны — 2 см, межстрочный интервал — 1,5, кегль — 14, абзацный отступ — 1 см, расширение документа *.doc.

Нумерация страниц не ставится. Табуляция, принудительные переносы, увеличенные интервалы между абзацами не используются, не должны проставляться лишние пробелы и пустые абзацы. Между инициалами и фамилией необходимо проставлять пробел, например: И.И. Иванов.

Файл может содержать таблицы. Они набираются 14 кеглем через один интервал без заливки.

Графики, рисунки, иллюстрации, диаграммы и др. прилагаются в электронном виде отдельным файлом; они должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт Times New Roman).

Первая страница текста должна содержать следующую информацию:

□ *на русском языке:* УДК (индекс универсальной десятичной классификации); заголовок (название) статьи; фамилия, имя, отчество автора (авторов — в алфавитном порядке); полное название организации — места работы автора (авторов); должность, звание, ученая степень автора (авторов); адрес электронной почты автора (авторов); контактный телефон и почтовый адрес; аннотация (объем не более страницы); ключевые слова или словосочетания (5–7); текст статьи; приставный библиографический список.

□ *на английском языке (перевод):* фамилия, имя автора (авторов); полное название организации — места работы автора (авторов); название статьи; аннотация; ключевые слова.

Статья должна быть написана в научном стиле, четко, ясно, без повторов и тщательно выверена.

Сокращения слов (аббревиатуры) допускаются для повторяющихся в тексте ключевых выражений или для часто употребляемых терминов, при этом все сокращения должны быть сначала приведены в статье полностью. Количество сокращений должно быть не более 5–6.

Таблицы и рисунки должны быть построены наглядно и иметь название; их заголовки — соответствовать содержанию граф, все цифры в таблицах — тщательно выверены автором.

Материал научной статьи должен быть выстроен в логической последовательности, которая предполагает:

- постановку проблемы и анализ существующих подходов к ее решению;
- описание методического замысла и процедуры его реализации;
- обоснование основных исследовательских результатов и их научную интерпретацию;
- формулирование основных теоретических выводов и их аргументацию;
- разработку конкретных рекомендаций для работы специалистов в соответствующей сфере.

Список источников и литературы должен содержать не менее 5 позиций.

Ссылки на источники и литературу в тексте должны быть указаны в квадратных скобках [номер источника по библиографическому списку], в случае дословного цитирования источника необходимо указывать номера цитируемых страниц [номер источника по библиографическому списку, номера цитируемых страниц]. Например: [3, с. 15].

Источники в пристатейном библиографическом списке следует составить в алфавитном порядке и пронумеровать; каждый оформляется с новой строки. В списке перечисляются только те источники, ссылки на которые приводятся в тексте.

Библиографические списки оформляются в соответствии с ГОСТ 7.12003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», ГОСТ 7.80-2000 «Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления», описание электронных ресурсов — по ГОСТ 7.822001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления». Сокращение слов в библиографической записи на русском языке производится строго по ГОСТ 7.122011 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила».

Источники на иностранных языках приводятся после отечественных. Фамилии иностранных авторов даются в оригинальной транскрипции.

За правильность приведенных в библиографическом списке данных ответственность несут авторы.

Все представленные работы редакция журнала направляет на рецензирование. Решение о публикации принимается редакционной коллегией на основании экспертных оценок рецензентов с учетом соответствия представленных материалов тематической направленности журнала, их научной значимости и актуальности.

Статья, нуждающаяся в доработке, направляется автору с замечаниями рецензента.

Автор должен учесть все замечания, сделанные в процессе рецензирования и редактирования статьи, ответить на каждое из замечаний; в случае несогласия с рецензентом кратко и четко обосновать свою позицию.

Адрес редакции

625003, Россия, г. Тюмень, ул. Республики, д. 19, каб. 301

Тел./факс: (3452) 29-70-64

E-mail отдела по научной работе и аспирантуре:

nauka_tgaki@mail.ru

ВЕСТНИК
ТЮМЕНСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ИНСТИТУТА
КУЛЬТУРЫ

HERALD
OF TYUMEN
STATE
INSTITUTE
OF CULTURE

04 (22) / 2021

Подписано в печать 18.06.2021 г.
Формат 70х108/16. Гарнитура «SchoolBook»
Печать цифровая. Бумага белая 80 г/м³
Усл.-печ. л. 14,7. Заказ № 12. Тираж 100

Редакционно-издательский центр
Тюменского государственного института культуры
625049, г. Тюмень, Московский тракт, 41
e-mail: kniga102@gmail.com