



ТАВРИЧЕСКИЕ СТУДИИ

№ 36 (2024)

КУКИ и Т

Министерство культуры Республики Крым
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Республики Крым
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»

ТАВРИЧЕСКИЕ СТУДИИ

№ 36 (2024)

ИЗДАТЕЛЬСТВО
ТИПОГРАФИЯ



АНТИКВА

Симферополь
2024

*Рекомендовано к печати Учёным советом
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»
(протокол № 2 от 28.02.2024 г.)*

Главный редактор – В. А. Горенкин, заслуженный работник культуры Республики Крым, кандидат политических наук, доцент, ректор ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Заместитель главного редактора – А. Ю. Микитинец, кандидат философских наук, доцент, проректор по научной работе и информационной политике ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Члены редакционной коллегии

*Б. П. Борисов, доктор философских наук, профессор
А. А. Горбачёв, доктор педагогических наук, профессор
Э. Э. Ибрагимов, доктор экономических наук, доцент
Е. В. Команова, кандидат культурологии, доцент
Н. В. Котляревская, кандидат педагогических наук, доцент
Н. И. Лубашова, доктор философских наук, профессор
О. И. Микитинец, кандидат философских наук, доцент
В. И. Нилова, доктор искусствоведения, профессор
А. В. Норманская, кандидат культурологии, доцент,
заслуженный работник культуры Республики Крым
О. В. Резник, доктор филологических наук, профессор
О. В. Романько, доктор исторических наук, профессор
А. В. Севастьянов, кандидат исторических наук
М. Р. Скоробогатова, доктор педагогических наук, доцент
А. В. Швецова, доктор философских наук, профессор,
заслуженный работник образования Республики Крым
А. Д. Шоркин, доктор философских наук, профессор
Л. А. Штомпель, доктор философских наук, профессор
О. М. Штомпель, доктор философских наук, профессор*

Г. Н. Гржибовская, заслуженный работник культуры Автономной Республики Крым, – литературный редактор

И. В. Чепурина, кандидат филологических наук, доцент, – ответственный секретарь

В. И. Цирульник – консультант по английскому языку

Таврические студии, № 36 / ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма». – Симферополь : ООО «Антиква», 2024. – 80 с.

Учредитель: Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Республики Крым «Крымский университет культуры, искусств и туризма».

Журнал включён в национальную информационно-аналитическую систему «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

За достоверность информации, содержание статей редакция ответственности не несёт. Мнения, высказанные авторами в статьях, могут не совпадать с точкой зрения редакционной коллегии.

ISSN 2307-8758 (print)

© ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», 2024
© Оформление (оригинал-макет).
ООО «Антиква», 2024

УДК 788.6:008

К. П. Нескоромный

Соната для кларнета Ф. Пуленка: репрезентация жанра во французской музыкальной культуре XX века

В статье прослеживаются особенности репрезентации жанра кларнетовой сонаты во французской музыкальной культуре XX века на примере Сонаты для кларнета и фортепиано Ф. Пуленка. На основе анализа его сонат, написанных для различных духовых инструментов, выявлены характерные особенности трактовки жанрового инварианта. Определен вклад композитора в развитие жанра сонаты для кларнета в контексте его взаимодействия с французской музыкальной культурой. Доказано, что Соната для кларнета Ф. Пуленка наследует многие традиционные черты, характерные как для его творческого наследия, так и для французской музыки в целом.

Ключевые слова: музыкальная культура Франции, инструментальная музыка, жанр, соната, соната для кларнета, современная французская музыка.

Введение. Музыкальное наследие выдающегося французского композитора, пианиста, музыкального критика Франсиса Пуленка (1899–1963) – самобытная, яркая страница в современной музыке. Формируясь во многокрасочной музыкальной атмосфере Парижа, Ф. Пуленк сложился как многогранный и даже противоречивый композитор-новатор. Его творчество уникальным образом сочетает опору на традиции, уважение к многовековой французской культуре и тяготение к самым современным идеям и музыкальным тенденциям. Наиболее ярко

это проявилось в камерно-инструментальном творчестве Ф. Пуленка, которое является актуальным объектом для научных искусствоведческих и культурологических поисков.

Степень научной разработанности темы. Несмотря на широкую известность и популярность музыки Ф. Пуленка, его творчество в области камерно-инструментальной музыки в нашей стране до сих пор остается недостаточно изученным. Единственной монографией на русском языке, посвященной жизни и творчеству Ф. Пуленка, остается книга И. Медведевой [4], изданная в

1969 году. В ней широко представлена творческая биография композитора в контексте эпохи, но в аналитической части основной акцент делается на изучении его оперных сочинений. Огромное значение для современных исследователей имеют статьи, интервью и письма Ф. Пуленка (например, опубликованные в 1970 году избранные письма с предисловием Г. Филенко [9]). В 1977 году на русском языке выпущена книга «Франсис Пуленк. Я и мои друзья» [5], которая содержит беседы с композитором, записанные Стефаном Оделем, а также «Дневник моих песен» – авторские комментарии, адресованные исполнителям его песен и романсов [5].

За рубежом творчество Ф. Пуленка давно получило широкое признание. Еще при жизни композитора появилось множество его интервью и исследований. В 2014 году вышла коллекция статей и интервью Ф. Пуленка на английском языке, подготовленная Н. Саутоном [17]. Ряд монографий включает обзор творчества Ф. Пуленка, анализ и историю создания большинства его сочинений: труды Г. Хелла [15], У. Меллера [16], К. Шмидта [19]). Среди ценных научных источников следует выделить книгу К. В. Дэниела, которая содержит разделы о камерно-инструментальных сочинениях Ф. Пуленка [13].

В результате изучения научной и научно-искусствоведческой литературы по теме можно сделать вывод о дефиците работ, посвященных кларнетному наследию Ф. Пуленка, в частности особенностям репрезентации в творчестве композитора жанра сонаты для кларнета в его тесной связи с развитием французской музыкальной культуры XX столетия.

Цель статьи – установить композиторские особенности репрезентации жанра сонаты для кларнета в творчестве Ф. Пуленка, учитывая вклад композитора в развитие данного жанра в контексте его взаимодействия с французской музыкальной культурой.

Изложение основного материала. Во Франции музыка для духовых инструментов всегда высоко ценилась

и занимала важное место в культуре и искусстве начиная с XVII века. К началу XVIII столетия в музыкальную культуру уверенно внедряется новый представитель деревянных духовых инструментов, который появился на основе осовремененной конструкции старинной французской свирелишало – кларнет. Обладая широким диапазоном и выразительным, мягким тембром, он быстро распространяется и в оркестровой музыке, и в камерно-инструментальном ансамблевом исполнении, и в сольной практике. Постепенно обновляются выразительные и исполнительские приемы игры на кларнете, появляется множество серьезных произведений в различных жанрах, которые делают кларнет полноправным солирующим инструментом. В том числе впервые создаются кларнетовые сонаты (Ф. Девьен, Л. Т. Гуви), закладывающая основу сонатного жанра, впоследствии занявшего большое место во французской камерно-инструментальной музыке. Камерные сонаты отличаются особым сочетанием лирического содержания и внутреннего драматизма, камерности звучания и масштабности замысла. Показательно, что во французской культуре сонатный жанр складывался изначально именно как ансамблевый, камерно-инструментальный, тогда как классический клавирный тип сонаты утвердился намного позже.

Соната – один из самых распространенных музыкальных жанров, зародившийся еще в доклассическую эпоху и по сегодняшний день не утративший интерес композиторов. Французская музыка, которой всегда был близок сюитный принцип, долгое время не имела своего национального варианта сонатного жанра. В разное время соната занималась композиторами у иных национальных школ, которые адаптировали ее к условиям французской культуры. В основе термина «соната» лежит слово «sonare», что переводится как «звучать». Такое происхождение связано с инструментальным искусством эпохи Ренессанса и, по мнению М. Ло-

бановой, получило свое название в противовес более распространенным в те времена вокальным жанрам (например, кантата, «cantare» – «петь») [3]. Соната в традиционном виде состояла из трех частей, расположенных по принципу образного темпового контраста (быстро – медленно – быстро). Первая часть, которая обычно писалась в сонатной форме, «...из всех форм инструментальной музыки наиболее действенная, яркая и драматургически цельная, – утверждает Н. Горюхина. – Она гибко впитывает в себя черты стиля, меняет свои композиционные грани, чутко отвечает перипетиям индивидуального содержания произведения» [2, с. 5]. Обычно соната состоит из нескольких частей, образуя сонатный цикл – разновидность циклической формы, которая, по определению В. А. Цуккермана [10], объединяет в одно целое ряд законченных частей произведения, способных к самостоятельному существованию, но связанных общей идеей. Специфика сонатно-циклической концепции состоит в высоком идейно-художественном единстве целого. Каждая часть выполняет особую драматургическую функцию и раскрывает определенную сторону этого единства.

Сонатный цикл окончательно сложился в XVIII веке в творчестве Й. Гайдна, В. Моцарта и Л. Бетховена. В XIX веке композиторы-романтики начали активно преобразовывать жанровый инвариант сонаты, изменять количество частей в цикле, объединять их в слитно-циклическую или одночастную форму, насыщать тематизм сонаты предельно контрастным или наоборот – монотематическим материалом, наделять свои произведения программными замыслами, значительно обновлять музыкальный язык. Но именно XX век стал для камерной музыки совершенно новым этапом, так как «с 1890-х годов стали активнее развиваться ее жанры» [6, с. 6], а в сонате к принципиальной свободе добавляется тяготение композиторов к переосмыслению функций частей (например, первая часть нередко становится медленной, фило-

софско-углубленной), к смешению жанровых признаков сонаты с симфонией, концерном, сюитой и даже вокальным циклом. «Камерная сфера более всего соответствовала тенденциям новой эпохи» [7, с. 39], так как позволяла воплощать все новаторские и экспериментальные поиски XX столетия.

В музыкальной культуре Франции соната только в XX веке обрела свое яркое индивидуальное воплощение, в частности, с появлением этого жанра в творчестве К. Дебюсси. В 1909–1910 годах им была написана Рапсодия для кларнета с оркестром. Популярность опуса была невероятной, а вместе с ней рос и престиж кларнета во Франции. В дальнейшем К. Дебюсси не раз обращался к кларнету («Арабеска» для кларнета и фортепиано, ноктюрн «Лунный свет» для кларнета с оркестром). Сонаты для кларнета появляются у многих французских композиторов: Соната *Es-dur* для кларнета и фортепиано К. Сен-Санса (1921), Сонатина для кларнета и фортепиано А. Онеггера (1922), Соната для кларнета и фортепиано Ф. Пуленка (1962), Сонатина для кларнета и фортепиано П. Санкана (1963). Часто композиторы вместо полноценной сонаты пишут сонатину – «сонату небольшого размера» [8, с. 242], что отвечает художественным принципам французской музыки с ее тяготением к изяществу, лаконичности, лиричности.

При всем разнообразии французских кларнетовых сонат XX столетия в них прослеживаются некие общие черты: это стремление к лаконичности высказывания и компактности формы, отсутствие ярко выраженного драматизма, необязательности следования стандартному количеству частей и в их чередование не на основе конфликтности, а на основе сопоставления. Во многом это обусловлено тем культурным «отпечатком сюитности», который наложило историческое развитие французских камерных жанров на становление сонаты. Принцип сюитности стал некой национальной чертой, проявляющейся

в большинстве современных французских камерно-инструментальных сонат.

Большую роль в эволюции кларнетового репертуара сыграл Ф. Пуленк, который написал множество сонат – для скрипки, виолончели, двух фортепиано, флейты, гобоя, кларнета. Его Соната для кларнета и фортепиано входит в учебные программы ансамблевых дисциплин и в программы по специальности соответствующих классов оркестровых факультетов; флейтовая и кларнетовая сонаты Ф. Пуленка включены в списки обязательных сочинений многих исполнительских конкурсов, а Scherzo сонаты для гобоя часто исполняется отдельно как виртуозная концертная пьеса.

Соната для кларнета и фортепиано была создана Ф. Пуленком в 1962 году и посвящена памяти его друга и коллеги – выдающегося французского композитора А. Онеггера. Композитор использует стандартный трехчастный цикл, построенный по принципу контраста – темпового и образного. Части чередуются как в классической сонате (быстро / медленно / быстро), их драматургические функции тоже традиционны: после калейдоскопичной первой части следует лирический центр («Романс») и финал в сонатной форме. Репрезентация жанра кларнетовой сонаты явно опирается на сознательную установку автора следовать французским традициям этого жанра, что подтверждается и близостью структуры обеих сонат – самого Ф. Пуленка и А. Онеггера, памяти которого был посвящен его опус. Однако наблюдаются и индивидуальные черты в трактовке жанра кларнетовой сонаты, которые проявляются прежде всего в использовании сложной хроматической тональности, элементов полистилистики и автоцитирования. Нетипичное сонатное *allegro* в первой части отличается отсутствием полноценной разработки и повышенной ролью тематических обрамлений, тогда как эпизод, заменяющий разработку, является концентратом хрупкой, воздушной лирики. Лирическая часть Сонаты для кларнета имеет трехчастную

структуру, однако с явным влиянием разработочного принципа, кроме того здесь важную роль играют джазовые ритмоинтонации, существенно обновляющие традиционный музыкальный язык. Третья часть сонаты Ф. Пуленка представлена сонатной формой с эпизодом вместо разработки, что позволяет композитору придать целостность многогранному материалу финала.

С другой стороны, репрезентация жанра кларнетовой сонаты в творчестве Ф. Пуленка отмечена важной и уникальной чертой – сохранением в интонационном профиле Сонаты основных лексем, показательных для всего музыкального наследия композитора. В конкретных сочинениях эти лексемы часто выступают «как ключевые интонации произведения, дающие возможность последующей грамотной и адекватной авторскому замыслу интерпретации» [11, с. 19–20]. Как и у любого выдающегося художника, у Ф. Пуленка есть свой узнаваемый стиль, который в данном случае проявляется и через определенные лексические формулы – лексемы. Это характерные интонации, тематические обороты, ритмические, гармонические и фактурные паттерны, которые делают его музыку самобытной и узнаваемой. Данные обороты мигрируют из одного произведения в другое, формируя своеобразный музыкальный словарь композитора и устанавливая диалог между его произведениями.

Многие исследователи отмечают, что в сонатах Ф. Пуленка для духовых инструментов наблюдаются сходные интонационно-тематические и ритмические обороты, которые можно рассматривать как выразительные единицы его музыкального языка [1, с. 25; 13, с. 130; 18, с. 44, 116–117]. Например, ритмическая фигура пунктирного ритма с двумя мелкими нотами является типичным музыкально-языковым приемом, который можно трактовать как стилевой «знак» композитора и одновременно как отсылку к определенной исторической эпохе французской культуры (пример 1).

Нотный пример 1. Соната для кларнета и фортепиано, I часть
(Allegro tristamente)

Этот мотив, который звучит в начале кларнетовой сонаты, напоминает начальную тему из Сонаты для флейты

Ф. Пуленка. Стоит отметить, что этот же мотив также присутствует в теме первой части Сонаты для гобоя (примеры 2, 3).

Нотный пример 2. Соната для флейты и фортепиано, I часть
(Allegretto malincolico)

Нотный пример 3. Соната для гобоя и фортепиано, I часть (Elegie)

Сравнение музыкального текста различных сонат Ф. Пуленка позволяет обнаружить в них не только устойчивые языковые обороты, но и развернутые мелодические конструкции, целые тематические комплексы, переходящие из сочинения в сочинение. В качестве

примера можно привести две фразы из медленного эпизода первой части кларнетовой сонаты (пример 1), которые по мелодии, структуре, тональности, типу фактуры и даже по текстовым комментариям соответствуют двум фразам из первой части Сонаты для гобоя (пример 4).

Нотный пример 4. Соната для гобоя и фортепиано, I часть (Elegie)

Также стоит отметить, что характерный для представленных эпизодов пунктирный ритмический рисунок можно

наблюдать во многих произведениях Ф. Пуленка, в том числе в первой части флейтовой сонаты (пример 5).

**Нотный пример 5. Соната для флейты и фортепиано, I часть
(Allegretto malincolico)**

Отметим, что помимо сонат для духовых инструментов, Ф. Пуленк пишет произведения и в других камерно-инструментальных жанрах, в которых также задействован кларнет. Это Секстет для флейты, гобоя, кларнета, фагота, валторны и фортепиано (1932), «Французская сюита» для 12 исполнителей (2 гобоя, 2 фагота, 2 трубы, 3 тромбона, ударные и клавесин; 1935) [14]. Все эти произведения отличаются лаконичной формой и являются типичными для стиля Ф. Пуленка, с его «лаконичностью, компактностью, остротой и юмором» [17, с. 239], во многом характерными для духа его времени. В конце 1962 года композитор заканчивает работу над кларнетовой и гобойной сонатами, оказавшимися последнимивершенными сочинениями Ф. Пуленка. В его творениях последнего десятилетия жизни явно прослеживается неоклассическая линия, проявляющаяся в приверженности к французским музыкальным корням. Все его сонаты отличаются сочетанием классических элементов, заимствованным из традиционной французской музыкальной культуры, с современными интонационными оборотами, а также приоритетом мелодических связей над гармоническими созвучиями, тяготением к линейности, контрапунктическим приемам и различными формами остинато. И. Стравинский высоко ценил сонаты

Ф. Пуленка, считая, что «эта музыка очень, очень французская» [19, с. 199]. Как видим, музыкальный язык и стилистика Сонаты для кларнета полностью подтверждают это мнение.

Выводы. Музыкально-теоретический анализ Сонаты для кларнета Ф. Пуленка позволил определить такие ее особенности, как следование традиционной структуре цикла, но с новаторской трактовкой формы каждой части и наличием тонких тематических и композиционных взаимосвязей между ними. Так, композиционный план первой части воспроизводится в рамках всего цикла, причем медленный эпизод связан со второй частью сонаты. Прием композиционного обрамления (тематические арки между вступлением и заключением) используется в сонате на самых разных уровнях: от формы первой части до структуры всего цикла. Анализ тематического рельефа Сонаты дает возможность выстроить развернутую систему интонационных связей, характерных для стиля композитора, но в то же время, показывает его прочную опору на традиции французской камерной музыки.

Таким образом, Соната для кларнета Ф. Пуленка наследует многие традиционные черты, показательные для французской музыкальной культуры в целом, вместе с тем демонстрируя его индивидуальный новаторский взгляд

на жанровый инвариант. Кларнетовая соната Ф. Пуленка занимает достойное место в репертуаре современных кларнетистов и благодаря ее оригинальности, яркости, репрезентативности для всей французской музыки XX века.

1. Багрова Е. Ю. Сонаты Франсиса Пуленка для духовых инструментов и фортепиано: семантический анализ и вопросы интерпретации / Е. Ю. Багрова. – Москва: РАМ, 2016. – 84 с.
2. Горюхина Н. А. Эволюция сонатной формы / Н. А. Горюхина. – Киев: Музычна Украина, 1973. – 311 с.
3. Лобанова М. Н. Музыкальный стиль и жанр: история и современность / М. Н. Лобанова. – Москва: Советский композитор, 1990. – 312 с.
4. Медведева И. А. Франсис Пуленк / И. А. Медведева. – Москва: Советский композитор, 1969. – 254 с.
5. Пуленк Ф. Я и мои друзья / Ф. Пуленк. – Ленинград: Музыка, 1977. – 159 с.
6. Раабен Л. Н. Камерная инструментальная музыка первой половины XX века. Страны Европы и Америки: Исследования / Л. Н. Раабен. – Ленинград: Музыка, 1986. – 200 с.
7. Рубцова Д. А. Французская камерно-инструментальная музыка постдебюссистского периода: национальные традиции и новая языковая стилистика / Д. А. Рубцова // Южно-Российский музыкальный альманах. – 2014. – № 3 (16). – С. 38–42.
8. Способин И. В. Музыкальная форма / И. В. Способин. – Москва: Музыка, 1972. – 400 с.
9. Филенко Г. Т. Французская музыка первой половины XX века. Очерки / Г. Т. Филенко. – Ленинград: Музыка, 1983. – 231 с.
10. Цуккерман В. А. Музыкальные жанры и основы музыкальных форм / В. А. Цуккерман. – Москва: Музыка, 1964. – 159 с.
11. Шаймухаметова Л. Н. Мигрирующая интонационная формула как феномен музыкального мышления / Л. Н. Шаймухаметова // Проблемы музыкальной науки. – 2011. – № 2 (9). – С. 18–26.
12. Шнеерсон Г. М. Французская музыка XX века / Г. М. Шнеерсон. – Москва: Музыка, 1970. – 577 с.
13. Daniel Keith W. Francis Poulenc, His Artistic Development and Musical Style. – Michigan: UMI Research Press (distributed by University of Rochester Press), 1982. – 400 p.
14. Francis Poulenc. Catalogue des oeuvres. – Salabert editions, 1995.
15. Henri Hell Francis Poulenc, musicien francais. – Paris: Fayard, 1978. – 391 p.
16. Mellers W. Francis Poulenc. – Oxford: Oxford University Press, 1995. – 208 p.
17. Poulenc F. Articles and Interviews: Notes from the Heart / collect., intrid. and annot. by N. Southon, transl. by R. Nichols. – UK: Ashgate Publishing, 2014. – 346 p.
18. Poulin P. L. Three Stylistic traits in Poulenc's Chamber Works for Wind Instruments. – University of Rochester, 1983. – 520 p.
19. Schmidt C. Entrancing Muse: A Documented Biography of Francis Poulenc. – London: Pen-dragon Press, 2001. – 621 p.

Clarinet Sonata by F. Poulenc: representation of the genre in French musical culture of the 20th century

Abstract. The article traces the features of representation of the genre of the clarinet sonata in French musical culture of the 20th century using the example of the Sonata for clarinet and piano by F. Poulenc. Based on the analysis of his sonatas written for various wind instruments, the characteristic features of interpreting the genre invariant are identified. The composer's contribution to the development of the sonata genre for clarinet in the context of his interaction with French musical culture is determined. It is proved that the Clarinet Sonata by F. Poulenc inherits many traditional features characteristic of both his creative legacy and French music in general.

Keywords: French musical culture, instrumental music, genre, sonata, clarinet sonata, contemporary French music.

Ю. А. Слободяник

Экскурсионный нарратив: специфика репрезентации культурного наследия

Исследование посвящено специфике репрезентации культурного наследия через экскурсионный нарратив. Автор осмысливает процесс передачи и трансформации наследия посредством экскурсионных форматов, являющихся одним из наиболее популярных и эффективных способов ознакомления с культурными достопримечательностями. Раскрываются ключевые особенности экскурсионного нарратива, анализируется его влияние на воссоздание исторической и культурной ситуации в рамках туристической среды. Основной акцент делается на использовании экскурсионного нарратива для сохранения и передачи культурного наследия.

Ключевые слова: нарратив, экскурсия, экскурсионный нарратив, культурное наследие, повествование.

Введение. Актуальность настоящего исследования определяется необходимостью изучения специфики репрезентации культурного наследия через призму экскурсионного нарратива. Культурное наследие является одним из ключевых аспектов идентичности народа. Оно представляет собой неповторимую комбинацию традиций, ценностей, обычаев и знаний, которые передаются из поколения в поколение. Презентация культурного наследия имеет принципиальное значение для его сохранения и продолжения.

Одним из способов представления этого наследия является экскурсионный нарратив – способ передачи информации о культурном наследии через организацию экскурсий. Это не просто перечисление фактов и дат, но скорее погружение в атмосферу прошлого, ощущение

времени и места. Экскурсионный нарратив призван не только информировать туристов о достопримечательностях, но и помочь им прочувствовать глубинные связи между прошлым и настоящим.

Постановка проблемы. Сегодня экскурсии являются неотъемлемой частью культурного туризма и способом погружения в мир истории, архитектуры и культурного наследия. Однако репрезентация этого наследия через экскурсионный нарратив имеет свои особенности и обозначает некоторые проблемы. Одна из них – выбор способа предоставления информации о культурном наследии. Нарратив может быть организован как линейная структура, следующая хронологии событий, либо основываться на тематическом подходе. Вопрос заключается в том, какой из них лучше передает ценность и значимость

объектов культурного наследия для посетителей.

Кроме того, необходимо учитывать аудиторию экскурсий. Культурное наследие должно быть доступным и интересным для широкого круга людей разных возрастов, профессий и интересов. При этом необходим баланс между научной точностью и пониманием информации, чтобы экскурсия была интересной и познавательной для всех.

Проблемой является и вопрос сохранения аутентичности культурного наследия при его представлении через экскурсионный нарратив. Как сохранить аутентичность исторических фактов и особенностей объектов культурного наследия и при этом интерпретировать и применять современные технические средства передачи информации? Все это требует выверенного подхода к выбору материалов и методов репрезентации.

Важная научная задача – изучение влияния экскурсий на формирование представления о культурном наследии у посетителей. Какие эмоции, знания и впечатления они получают от экскурсии? Какую значимость они придают объектам культурного наследия после посещения? Ответы на эти вопросы помогут выявить эффективность методов репрезентации и разработать новые подходы для повышения привлекательности экскурсий.

Практическая задача заключается в разработке эффективных методов репрезентации культурного наследия через экскурсионный нарратив. Она может включать использование современных технологий, таких как виртуальная реальность или дополненная, а также создание интерактивных элементов и мультимедийных материалов. Инновационные подходы позволят сделать экскурсии более привлекательными и доступными для широкой аудитории.

В целом постановка проблемы связана с необходимостью поиска оптимальных способов представления культурного наследия через экскурсионный нарратив. Решение этих проблем имеет как научное, так и практическое значе-

ние для культурного туризма и сохранения национальной исторической памяти.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблематика экскурсии как объекта культурологического анализа освещена в работах таких ученых, как Н. П. Анциферов, А. В. Бакушинский, Ф. Бродель, М. Вебер, Н. А. Гейнике, И. М. Гревс, Р. А. Зубатин, Ф. Л. Курлат, Б. Е. Райкова, Ю. Е. Соколовский, Т. Н. Третьякова и других.

Термин «нарратив» происходит от английского глагола «narrative» и далее – от латинского «narrare», что означает «рассказывать, повествовать». Следовательно, нарратив – это самостоятельно созданное повествование о взаимосвязанных событиях, представленное читателю или слушателю в виде последовательности слов или образов [23]. Анализом нарративных текстов занимается наука «нарратология». Нарративный анализ представлен в работах Ж. В. Пузановой и И. В. Троцук [17]. Основные принципы и положения теории нарратива разработаны отечественными и зарубежными учеными, среди которых И. В. Алешанова [1; 2], Х. Арендт, Р. Барт, С. К. Гураль, А. Данто [5], Е. А. Попова [15; 16], А. Тойнби и др. Их исследования послужили теоретической основой для изучения смысловой структуры нарративных текстов, их интерпретации и использования людьми.

В течение последних 10–15 лет в литературоведении, лингвистике и социолингвистике появились труды, посвященные нарративу. Так, в работах В. Шмида [22], В. А. Андреевой [3], В. И. Тюпы, Е. Г. Трубиной [19], Е. В. Падучевой [13], С. Н. Плотниковой, Ж. В. Пузановой, М. В. Репьевской и др. предприняты попытки дать свое определение нарратива, описать его функции, структуру, признаки и пр.

В настоящей работе анализируется культурная роль экскурсии и ее влияние на формирование устойчивого нарратива в обществе с опорой на исследования Е. В. Пилюгиной [14], А. Тойнби, Е. С. Худякова [20], Е. И. Шейгал [21],

отражающих разные аспекты экскурсий как культурного нарратива. В работе использован междисциплинарный подход, объединяющий исторический, социологический, психологический и литературоведческий методы для получения всестороннего представления о значимости экскурсии в культурной сфере.

Таким образом, анализ исследований и публикаций выявил множество подходов к пониманию экскурсии, но, несмотря на это, экскурсионный нарратив остается недостаточно изученным и по-прежнему не имеющим своего однозначного определения.

Цель исследования – выявить специфику репрезентации культурного наследия через экскурсионный нарратив.

Изложение основного материала. Экскурсия является мощным инструментом, формирующим образ места или региона у экскурсантов. Экскурсовод использует разнообразные нарративы, которые помогают экскурсантам правильно воспринимать и интерпретировать увиденные объекты, а также воссоздать неповторимость места [7]. Будучи своеобразным синтезом различных аспектов культуры, экскурсия способна дать синтетическую характеристику определенной культурной эпохи. Она помогает включить отдельные художественные памятники в историко-культурный контекст [4].

Одним из важнейших аспектов экскурсий является исследование эстетических ценностей объектов и анализ развития исторического и культурного процесса на памятниках разной эпохи. Это дает возможность с культурологической точки зрения рассматривать образ человека, основываясь на психологическом анализе материала, в котором содержится отпечаток его жизни и творческой деятельности.

Итак, экскурсия является целенаправленным процессом знакомства с культурно-исторической действительностью [18]. Она представляет собой эффективную форму передачи информации о культурном наследии и имеет

много общего с нарративом в культурологических и исторических аспектах.

Одной из важных задач экскурсии является знакомство с историческими событиями и памятниками архитектуры – оно формирует целостное представление о месте или событии, создает его образ. Такое создание образа тесно связано с историей, которая является «рассказом, зависящим от автора» [10, с. 657]. Экскурсовод, подобно автору исторического повествования, вносит в свое изложение личную интерпретацию событий, что, бесспорно, сближает экскурсионный рассказ с нарративом.

Подобно нарративу, экскурсионный рассказ представляет собой целостное повествование, в котором события прошлого представлены в определенной последовательности и взаимосвязи. Экскурсовод, интерпретируя события, организует сюжет, чтобы создать у экскурсантов ясную и запоминающуюся картину прошлого. В этом ключе экскурсионное повествование есть частный случай нарратива культуры.

Нарративы играют важную роль в формировании коллективной идентичности. Например, мифы, легенды и исторические повествования формируют коллективную память и идентичность. Нарративы используются и для создания национальной идентичности, а также для формирования групповой солидарности.

В экскурсионном нарративе существенное значение имеют детали и подробности, воссоздающие атмосферу определенной эпохи, жизнь и быт людей, передающие колорит и уникальность места. Автор нарратива может использовать художественные приемы, чтобы сделать рассказ более интересным и запоминающимся, но при этом соблюдать историческую достоверность и не искажать факты [8]. Экскурсионный нарратив не только информирует слушателей об исторических событиях и достопримечательностях, но и формирует их отношение к месту или событию, создает эмоциональную связь между ними. Он помогает туристам по-

нять культурную значимость места, его прошлое и настоящее, проникнуться его духом и уникальностью.

Экскурсионный нарратив может быть выражен в различных формах: устное повествование экскурсовода, письменный текст в путеводителе, аудиогид, интерактивные мультимедийные приложения или даже художественное произведение, посвященное определенному месту или событию. Его структура и содержание зависят от конкретной темы, цели экскурсии и аудитории.

В контексте экскурсий выделяют несколько видов нарратива, которые активно применяются экскурсоводами для создания символического образа объекта или места [6].

Исторический вид нарратива используется для изложения исторических фактов и событий, связанных с объектом экскурсии. Он позволяет экскурсантам узнать историю места, его прошлое и настоящее.

Культурный вид нарратива направлен на ознакомление экскурсантов с культурой и традициями региона или страны, где проводится экскурсия. Он включает в себя рассказы о местных обычаях, праздниках, кухне, искусстве и архитектуре.

Эстетический вид нарратива призван воздействовать на чувства и эмоции экскурсантов через описание природных красот, архитектурных сооружений и других объектов, представляющих художественную ценность. Он позволяет экскурсантам насладиться эстетической стороной посещаемых мест.

Мифологический вид нарратива используется для передачи мифов и легенд, связанных с объектом экскурсии. Он позволяет экскурсантам узнать о мифологическом прошлом места и его жителей.

Литературный вид нарратива применяют для знакомства с литературными произведениями, связанными с посещаемым местом. Он позволяет экскурсантам познакомиться с творчеством писателей и поэтов, чья жизнь и деятельность связаны с данным регионом.

Экскурсионный нарратив является важным инструментом представления культурного наследия, и его выбор имеет прямое отношение к научным и практическим задачам. Одной из главных проблем в этой области является определение наиболее эффективного способа передачи информации о культурных объектах. Существует два основных подхода: линейный, основанный на хронологической последовательности событий, и тематический.

Линейная структура нарратива позволяет посетителям следовать за развитием истории в хронологическом порядке [9, с.117]. Этот подход особенно полезен, когда необходимо передать последовательность событий, связанных с культурным наследием. Однако он не всегда эффективен, особенно если объекты культурного наследия различны по тематике.

Тематический подход в экскурсионном нарративе фокусируется на определенной теме или идее, связанной с культурным наследием. Этот подход позволяет глубже исследовать определенные аспекты и значимость объектов культурного наследия. Например, если мы рассматриваем историю города, мы можем организовать экскурсию по архитектурным достопримечательностям, местам исторических событий, памятникам, рассказывающим о культурных традициях.

Выбор между линейной и тематической структурой может быть сложным. Важно учитывать потребности и ожидания посетителей, а также цели и задачи экскурсии. Некоторые посетители могут предпочесть линейную структуру, чтобы получить полное представление об истории, в то время как других интересуют определенные объекты культурного наследия. Поэтому идеальным решением может быть комбинированный подход. Это позволит создать нарратив, который объединит хронологическую последовательность событий с тематическими акцентами, удовлетворяя различные интересы посетителей [9]. Например,

экскурсия может начинаться с обзора общей истории, а затем переходить к более углубленному рассмотрению определенных тем или аспектов. Такой подход позволяет посетителям получить полное представление о культурном наследии, его ценности и значимости, а также углубить их знания об определенных, интересующих их темах и событиях истории.

Комбинированный нарративный подход может быть предпочтителен при создании музейных экспозиций, туристических маршрутов или образовательных программ, которые стремятся представить культурное наследие наиболее эффективным и интересным для посетителей способом.

Выбор подхода экскурсионного нарратива – важный аспект представления культурного наследия. Комбинирование линейной и тематической структур позволяет создать нарратив, который учитывает различные потребности и интересы посетителей, обеспечивая более глубокое его понимание.

Выводы. Экскурсии являются одним из основных инструментов представления и интерпретации культурного наследия. Они не только передают ин-

формацию о конкретных объектах, их историческом и культурном значении, но и производят эмоциональное и эстетическое воздействие на посетителей.

Репрезентация культурного наследия в экскурсионном нарративе имеет свои особенности: она строится на сочетании фактической информации об объектах с элементами художественной выразительности. Это позволяет создать цельное представление о прошлом, объединяющее различные аспекты – исторический, социальный, художественный.

Существенным аспектом репрезентации культурного наследия в экскурсионном нарративе является активное включение посетителей в процесс осмысления и интерпретации объектов. Экскурсоводы стараются создать условия для самостоятельного познания, стимулируя диалог с посетителями с помощью вопросов, провоцирующих к размышлениям.

Перспективу исследования мы видим в изучении такого аспекта, как влияние новых информационных технологий (виртуальная реальность, дополненная реальность) на процесс репрезентации культурного наследия.

1. Алещанова И. В. Нарратив как культурная модель / И. В. Алещанова // Вестник НГУ. – 2006. – № 1–4. – С. 38–43

2. Алещанова И. В. Нарративность: определение понятия / И. В. Алещанова // Известия ВГПУ. – 2006. – № 3. – С. 43–47.

3. Андреева В. А. Событие и художественный нарратив / В. А. Андреева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2006. – № 21-1. – Т. 7. – С. 44–57.

4. Анциферов Н. П. О методах и типах историко-культурных экскурсий. – Санкт-Петербург: Начатки знаний, 1923. – 39 с.

5. Данто А. Аналитическая философия истории / А. С. Данто; под ред. Л. Б. Макеевой; пер. с англ. А. Л. Никифорова и О. В. Гавришиной. – Москва: Идея-Пресс, 2002. – 289 с.

6. Дульянинов А. Г. Культурный ландшафт туристического нарратива как метафора / А. Г. Дульянинов // Наука и современность. – 2011. – № 14. – С. 230–233.

7. Кожанов К. А. Современные функции городской экскурсии: культурологический аспект // Ярославский педагогический вестник. – 3 (108). – 2019. – С. 204–209.

8. Лошанина М. Н. Теория нарратива об авторе художественного текста / М. Н. Лошанина // Молодой ученый. – 2018. – № 37 (223). – С. 185–189.

9. Морквина Е. А. Нарративная структура книги-игры как разновидности гипернарратива // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2023. – № 81. – С. 113–131.

10. Нарратив / Новейший философский словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: Интерпрессервис; Книжный Дом. – 2001. – 1280 с.

11. Обдалова О. А. Понятие «нарратив» как феномен культуры и объект дискурсивной деятельности / О. А. Обдалова, З. Н. Левашкина // Язык и культура. – 2019. – № 48. – С. 332–348.

12. Олешков М. Ю. Дискурс и текст: нарративная интеграция смыслов / М. Ю. Олешков

// Дискурс, текст, когниция: коллективная монография / отв. ред. М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2010. – Серия «Язык и дискурс». – Вып. 2. – С. 49–59.

13. Падучева Е. В. Семантические исследования: Семантика времени и вида в русском языке. Семантика нарратива / Е. В. Падучева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Языки славянской культуры, 2011. – 480 с.

14. Пилюгина Е. В. Нарративное прочтение истории: ретроспектива и перспектива / Е. В. Пилюгина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – № 6. – С. 89–93.

15. Попова Е. А. Коммуникативные аспекты литературного нарратива: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Е. А. Попова. – Елец, 2002. – 669 с.

16. Попова Т. И. Нарратив и повествование: соотношение понятий / Т. И. Попова // Вестник бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура. – 2019. – № 2. – С. 46–50.

17. Пузанова Ж. В. Нарративный анализ: понятие или метафора (Социология: 4М) / Ж. В. Пузанова, И. В. Троцук // Социология. – 2003. – № 17. – С. 56–82.

18. Скобельцына А. С. Культурологические принципы экскурсоведения: к постановке проблемы (1-я пол. XX в.). – Текст: электронный / А. С. Скобельцына // КиберЛенинка: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskie-printsipy-ekskursovedeniya-k-postanovke-problemy-1-ya-pol-hh-v/viewer> (дата обращения: 18.01.2023).

19. Трубина Е. Г. Нарратология: основы, проблемы, перспективы: материалы к специальному курсу / Е. Г. Трубина. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2002. – 104 с.

20. Худякова Е. С. Нарратив и идентичность: от детства до старости: монография. – Текст: электронный / Е. С. Худякова. – Пермь, 2019. – 209 с. – URL: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/mono/khudyakovanarrativ-i-identichnost.pdf>.

21. Шейгал Е. И. Многоликий нарратив / Е. И. Шейгал // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. 2. – № 22. – С. 86–93.

22. Шмид В. Нарратология / В. Шмид. – Москва: Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.

23. Simpson J. Oxford English Dictionary / J. Simpson, E. Weiner. – 2nd edition / eds.: J. Simpson, E. Weiner. – Oxford: Clarendon Press, 1989. – Vol 20.

The excursion narrative: the specifics of the representation of cultural heritage

This study is devoted to the specifics of the representation of cultural heritage through an excursion narrative. Attention is paid to explaining the process of transmission and transformation of heritage through the use of excursion formats, which are one of the most popular and effective ways to get acquainted with cultural attractions. The article reveals the key features of the excursion narrative, analyzing its influence on the reconstruction of the historical and cultural situation within the tourist environment. The main emphasis is on how the excursion narrative can be used to preserve and transmit cultural heritage.

Keywords: narrative, excursion, excursion narrative, cultural heritage, narration.

Д. Д. Чебыкин

Культурная дипломатия как инструмент мягкой силы: западный и отечественный опыт

В статье прослеживается история развития культурной дипломатии в соответствии с динамикой, которая определяет изменчивость данного понятия. Анализируется опыт применения культурной дипломатии в Российской Федерации и европейских странах. Автор выделяет различные подходы к применению исследуемого концепта, сопоставляет зарубежный и отечественный инструментарий популяризации культуры. В результате выявляются факторы, обуславливающие проблематику в применении Россией культурной дипломатии.

Ключевые слова: культурная дипломатия, история культурной дипломатии, культурная политика, внешняя культурная политика, мягкая сила.

Введение. Актуальность темы определяется возрастающей ролью культуры как составного элемента внутренней и внешней политики государства. В частности, в нормативно-правовых актах Российской Федерации [2; 14; 15] неоднократно отмечается необходимость применения инструментов «мягкой силы» для стабилизации и улучшения внешнеполитической ситуации. В сложившейся геополитической ситуации, когда Россия столкнулась с серьезными проблемами взаимопонимания с западными странами, задача укрепления позитивного имиджа РФ актуализировалась. В связи с этим изучение современной культурной дипломатии как политического инструмента регулирования и гармонизации международных отношений является своевременным.

Цель исследования – на материале отечественного и зарубежного опыта про-

анализировать культурную дипломатию как отечественный механизм популяризации культуры.

История развития культурной дипломатии как инструмента «мягкой силы» является противоречивой. Термин «культурная дипломатия» был введен в 1930 году американским ученым, профессором Йельского и Принстонского университета Фредриком Чарльзом Баргхорном и употреблен им по отношению к деятельности СССР во внешней политике. Ученый определял культурную дипломатию как «манипуляцию культурными материалами и кадрами в пропагандистских целях» [1, с. 67]. Выведенное Ф. Баргхорном определение отражало свойство советской культуры быть проводником коммунистической идеологии. Схожее определение формулировал и А. В. Голубев – советский и российский историк. Характеризуя

период советской дипломатии с 1929 по 1939 год, он квалифицировал ее как «...использование государством для достижения политических, дипломатических, пропагандистских целей существующих или специально установленных культурных, общественных и научных связей» [9, с. 193].

В дальнейшем определение «мягкая сила» трансформировалось. В первую очередь потому, что западные страны начали ассоциировать свою внешнеполитическую деятельность с применением данного инструмента. В связи с этим Мильтон К. Камингс обозначает культурную дипломатию как «...обмен идеями, информацией, ценностями, традициями, верованиями и другими аспектами культуры, которые могут способствовать улучшению взаимопонимания» [17, с. 1]. Исходя из этого определения, можно сформулировать следующие цели данного вида дипломатии: формирование позитивного имиджа страны, развитие культурных связей, распространение культуры страны, улучшение взаимопонимания между странами.

В XXI веке культурная дипломатия является значимым средством реализации внешнеполитической стратегии всех цивилизованных стран, которые участвуют в системе международных отношений. Применение данного вида дипломатии обусловлено рядом преимуществ. Во-первых, государства, которые не владеют значительными экономическими ресурсами, используя вышеуказанный инструмент, могут создать позитивный образ о культуре своей страны, повысить степень узнаваемости, выстроить тесный диалог с другими странами. Во-вторых, распространяя свою культуру, государства нормализуют политические отношения, поддерживают свои экономики (растет поток туристов, инвестиций в экономику стран).

В современной интерпретации, с учетом всех достижений в области развития концепции культурной дипломатии, ее можно трактовать как общественный институт, являющийся частью инструментов «мягкой силы», в ходе деятельности

которого осуществляется обмен идеями, информацией, произведениями искусства и другими компонентами культуры между государствами и населяющими их народами с целью укрепления взаимопонимания. Если говорить о методологии и о средствах, реализующихся в рамках осуществления вышеуказанного инструмента «мягкой силы», то они являются уникальными и специфичными.

Как следует из самого понятия культурной дипломатии, основным ее действующим средством является культура, и в данном механизме она реализуется в наиболее полном определении. В декларации ЮНЕСКО, принятой в 1982 году на Всемирной конференции по культурной политике, культура определяется как комплекс характерных и эмоциональных черт общества и включает в себя не только различные виды искусства, но и образ жизни, основные правила человеческого бытия, систему ценностей, традиций и верования [Цит. по: 16]. Соответственно распространению культуры с помощью культурной дипломатии способствуют и ее достижения: спорт, наука, образование и т. д. К инструментам культурной дипломатии относится весь спектр мирной человеческой деятельности.

Теоретическое осмысление культурной дипломатии появилось позже, чем началась ее практическая реализация. Взаимодействие стран в разных сферах деятельности (в том числе и в области культуры) существовало как в Средневековье, так и в Новое время. Однако активное сотрудничество в рассматриваемом аспекте началось в конце XIX века: первыми инициаторами, добившимися внушительных успехов в области культурного сотрудничества, были такие страны, как Франция и Великобритания. Они одними из первых создали культурные центры («Альянс Францев» – 1883 год, «Британский совет» – 1934 год), но деятельность их отличалась от современной. Так, изначально «Альянс Францев» создавался как организация по популяризации французского языка, задача же распространения французской культуры появилась значительно позже. «Британ-

ский совет» создавался как организация для популяризации культуры и реализации образовательных функций, но его деятельность менялась в зависимости от ситуации в мире. В частности, во время Второй мировой войны этот центр боролся с распространением фашистской пропаганды [8, с. 19].

Изложение основного материала. В XXI веке деятельность культурных центров расширилась и усложнилась: они стали выполнять функцию «транслятора культуры», реализуя образовательную деятельность и распространяя культуру с помощью организации выставок, фестивалей, конкурсов, конференций, языковых курсов, создания библиотек и наполнения их своей литературой. В настоящее время среди европейских стран, согласно индексу «мягкой силы», успешными по-прежнему остаются Великобритания (2-е место), ФРГ (3-е место), Франция (6-е место) [4]. Непосредственно по культурному влиянию Франция занимает 1-е место, Великобритания – 5-е, ФРГ – 7-е место [4]. Успех этих стран обусловлен богатым опытом в области развития методов и реализации инструментов, а также качественной теоретической проработкой как культурной дипломатии, так и концепции «мягкой силы» в целом.

Как отмечалось, одним из самых старых и крупных французских культурных центров является «Альянс Француз». Сегодня его деятельность преследует следующие цели: содействие в изучении французского языка; продвижение культуры Франции и франкоязычных стран; развитие международного культурного сотрудничества на основе принципов уважения самобытности, разнообразия и взаимообогащения культур [10]. Проанализируем мероприятия, с помощью которых реализуются вышеуказанные цели, на примере деятельности «Альянс Француз» в двух российских городах – Казани и Владивостоке.

С 2021 по 2023 год «Альянс Француз» для продвижения культуры Франции и франкоязычных стран проводил в Казани и Владивостоке следующие меро-

приятия: недели французского кино и эпизодичные просмотры кинофильмов (фильмы демонстрировались на французском языке с русскими субтитрами), буккроссинг (обмен книгами на русском и французском языках), дни открытых дверей, мастер-классы по французскому языку для детей и взрослых, «Vacances françaises» (комплекс мероприятий по изучению французского языка в игровой форме, творческие мастерские, просмотры фильмов и мультфильмов на иностранных языках и т. д.) [6; 7]. На фоне этого перечня мероприятия по продвижению международного культурного сотрудничества явно уступают. Так, единственным таким мероприятием в 2021 году стало вручение послом Франции в России Пьером Леви директору галереи современного искусства «Арка» во Владивостоке государственной награды Франции [6].

В Федеративной Республике Германии самым известным культурным центром является Институт им. Гете. В Российской Федерации институт выполняет такие задачи, как развитие и поддержка диалога с Россией в области культуры и образования с целью создания позитивного имиджа Германии и повышения интереса к немецкой культуре; распространение информации о Германии; популяризация немецкого языка; содействие диалогу между государствами в области искусства [5].

Анализ деятельности Института им. Гете выявил следующую особенность функционирования организации – в значительно большей степени она занимается «поощрением» интереса к немецкой культуре, чем проведением собственно мероприятий. Например, на базе организации работает программа содействия переводам немецкоязычной литературы на русский язык, в рамках которой издательства, их осуществляющие, вправе получать частичную компенсацию затраченных средств. Уникальным инструментом «поощрения» выступает доступ для работников культуры к архивам документальных и художественных фильмов о немецкой культуре на

некоммерческой основе. Кроме того, как и многие другие культурные центры, Институт им. Гете предоставляет услуги обучения немецкому языку.

Известно, что самым старым культурным центром в Великобритании является Британский Совет. В Уставе организации основной деятельностью Совета провозглашается «поощрение за рубежом широкого признания британской культуры и цивилизации посредством установления культурных, образовательных и других связей между Соединенным Королевством и другими странами» [Цит. по: 8, с. 19]. Согласно материалам официального сайта Британского Совета, деятельность центра осуществляется в двух направлениях: 1) в сфере образования и 2) в области искусства и креативных индустрий [11].

Согласно первому направлению, с 2020 по 2022 год Британский Совет реализовал 4 программы: «Лидерские навыки для женщин в сфере науки и образования», Российско-британская программа научных стажировок для женщин, Программа University Alliance, «Академическое письмо и подготовка научных статей в зарубежные журналы». Второе направление основывается на реализации программы «UK – Russia Creative Bridge», выполнение которой в 2021-2022 годах обеспечивали следующие мероприятия:

- 1) «Connect: Креативное предпринимательство для женщин» – образовательная программа, целью которой выступает помощь женщинам-предпринимателям в развитии их проектов в культуре и креативных индустриях;
- 2) гранты для организаций в сфере культуры и искусства – финансирование представителей современного британского искусства в России с целью установления партнерских отношений между российскими и британскими деятелями;
- 3) программа «NEW NOW» – знакомство широкой аудитории с культурным контекстом современности. При этом акцентируются противоречия с учетом спектра мнений известных культурологов,

философов, антропологов и др. Ср. цитату с сайта Британского Совета: «Платформа NEW NOW призвана помочь аудитории разобраться в текущей повестке дня через обращение к опыту и знаниям ведущих мыслителей современности» [11];

- 4) программа британо-российских творческих проектов на тему экологии и изменения климата – приглашение деятелей креативных индустрий к инновационным и творческим решениям по климатической повестке;
- 5) «PlayUK Россия» – обмен знаниями и опытом между профессиональными сообществами в области компьютерных игр. В рамках программы происходит ознакомление российской аудитории с достижениями игровой индустрии Великобритании;
- 6) «UK-Russia Cultural Leadership Academy» – трехмесячная образовательная программа культурного лидерства, предполагающая индивидуальные сессии с менторами и недельный интенсивный курс занятий;
- 7) конференция «Музей ощущений. После инклюзии: утопии и новые сценарии» – выставка, посвященная современному искусству.

В России для развития международного культурного сотрудничества в 2008 году было создано Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество). Россотрудничество реализует следующие направления деятельности: продвижение российского образования, науки и культуры; укрепление позиций русского языка; поддержка соотечественников за рубежом; молодежные проекты; содействие международному развитию; историко-мемориальная деятельность [13]. Деятельность организации направлена на утверждение за рубежом объективного представления о современной России, ее материальном и духовном потенциале, о содержании внутривосточного и внешнеполитического курса страны. Для реализации

этих целей организация активно взаимодействует с российскими и зарубежными некоммерческими организациями.

По мнению экспертов, реализация Россией культурной дипломатии в западных странах является проблемной. Проанализировав ее, мы выделили следующие факторы, обуславливающие данную проблему:

1) культурная «отмена» России в западных странах. Так, запрещено вещание Sputnik и Russia Today (RT на английском языке, RT в Великобритании, RT в Германии, RT во Франции и RT на испанском языке) в Европейском Союзе; на Youtube заблокированы все каналы ключевых российских СМИ; отменены культурные мероприятия (концерты российского государственного балета Сибири в британских городах, включая Эдинбург и Лондон, балет «Лебединое озеро» Московского королевского балета в Дублине; в Хорватии Загребский филармонический оркестр исключил из своего репертуара две композиции русского композитора П. И. Чайковского, а Хорватский национальный театр отложил концерт под названием «Русская серенада»). Состоялись и персонифицированные отмены – порицание в СМИ и увольнение деятелей культуры, занимающих ключевые должности в зарубежных организациях, кто публично не осудил политику Российской Федерации.

В то же время культурные центры, деятельность которых обозревалась выше, продолжают функционировать в России, за исключением Британского Совета (который сам закрыл свои представительства в России, но образовательную функцию он выполняет в полной мере в дистанционном режиме). Так, например, крупнейший французский культурный центр «Альянс Француз» существует в 12 городах России и успешно продолжает реализовывать образовательные и культурные мероприятия.

Итак, европейские страны продолжают оказывать на нас культурное влияние, в то время как Россия пока лише-

на эффективных ответных механизмов культурного влияния на страны Запада;

2) «молодой» опыт России в применении культурной дипломатии. Подчеркнем, что важной особенностью реализации отечественной культурной дипломатии является то, что культура в целом (и культурная дипломатия в частности) в России стала стратегически важной отраслью государственной деятельности сравнительно недавно. Так, первым документом, ставящим задачу комплексной разработки теоретической модели «мягкой силы» стало Распоряжение Правительства РФ от 3 декабря 2012 г. № 2237-р «Об утверждении Программы фундаментальных научных исследований государственных академий наук на 2013–2020 годы» [15]. Впервые в документах, регламентирующих внешнюю политику, концепция «мягкой силы» появилась в Концепции внешней политики в 2013 году [14]. Позднее, в обзоре МИД России от 26 апреля 2016 года «Внешнеполитическая и дипломатическая деятельность Российской Федерации в 2015 году» [3], названы действенные элементы российской «мягкой силы», а именно: экспорт образовательных услуг, организация «перекрестных» годов культуры (в частности, 2024–2025 годы были объявлены Годом культуры России и Китая [12]), а также мероприятий, приуроченных к памятным датам [2].

Выводы. В практической плоскости реализации культурной дипломатии Россия использует инструментарий, аналогичный «западному», но при этом не достигает сходных результатов. На наш взгляд, причина заключается в том, что в странах Запада России не позволяют реализовывать инструменты культурной дипломатии в полной мере (так называемая культурная «отмена» России). Немаловажным фактором, вследствие которого Россия отстает (согласно индексу «мягкой силы») от европейских государств, является и несвоевременность проработки самой концепции «мягкой силы», в частности культурной дипломатии.

1. Василенко Е. В. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства. – Текст: электронный / Е. В. Василенко // Перспективы. Электронный журнал. – 2016. – № 1 (5). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-diplomatiya-kak-instrument-myaagkoysily-gosudarstva> (дата обращения: 10.11.2022).
2. Внешнеполитическая и дипломатическая деятельность Российской Федерации в 2015 году // Посольство Российской Федерации в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии: [официальный сайт]. – URL: <https://rus.rusemb.org.uk/fnapr/4852> (дата обращения: 01.12.2023).
3. Внешнеполитическая и дипломатическая деятельность Российской Федерации в 2015 году: обзор МИД России // ГАРАНТ.РУ: информационно-правовой портал. – 2016. – 5 мая. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71285892/#review> (дата обращения: 12.11.2023).
4. Глобальный индекс мягкой силы 2023 г. // Brandirectory. – URL: <https://brandirectory.com/softpower/nation?country=159> (дата обращения: 04.12.2023).
5. Культура // Институт им. Гете: [официальный сайт]. – URL: <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/index.html> (дата обращения 04.12.2023).
6. Культурные мероприятия // Альнс Франсез: [официальный сайт]. – URL: <https://afrus.ru/vladivostok/eventment/> (дата обращения 04.12.2023).
7. Культурные мероприятия // Альнс Франсез: [официальный сайт]. – URL: <https://afrus.ru/kazan/evenement/> (дата обращения: 04.12.2023).
8. Лазоркина О. И. Культурная дипломатия: пособие для студентов факультета международных отношений / О. И. Лазоркина. – Минск: БГУ, 2012. – 80 с.
9. Мухаметов Р. С. Культура как инструмент внешней политики России / Р. С. Мухаметов // Известия Уральского государственного университета: Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2011. – Т. 86. – № 1. – С. 193–198.
10. Наша деятельность // Альнс Франсез: [официальный сайт]. – URL: <https://afrus.ru/glavnaja/notre-activite/> (дата обращения: 10.11.2022).
11. Наша работа в искусстве, образовании и науке // BritishCouncil: [официальный сайт]. – URL: <https://www.britishcouncil.ru/programmes> (дата обращения: 04.12.2023).
12. О проведении Годов культуры России – Китая. Распоряжение Президента РФ от 03 января 2024 г. № 3-рп. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202401030009?index=1> (дата обращения: 04.12.2023).
13. О Россотрудничестве // Россотрудничество: [официальный сайт]. – URL: <https://rs.gov.ru/about-foiv/> (дата обращения: 04.12.2023).
14. Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации. Указ Президента РФ от 12 февраля 2013 г. № Пр-251 (с изменениями и дополнениями). – URL: <https://docs.cntd.ru/document/499003797?section=text> (дата обращения: 01.12.2023).
15. Об утверждении Программы фундаментальных научных исследований государственных академий наук на 2013–2020 годы. Распоряжение Правительства РФ от 3 декабря 2012 г. № 2237-р (с изменениями и дополнениями). – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902390828> (дата обращения: 10.11.2022).
16. Цифровая библиотека ЮНЕСКО: [официальный сайт]. – Париж, 2022. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380779_rus (дата обращения: 10.11.2022).
17. Cummings Milton C. Jr. Cultural Diplomacy and the United States Government / C. Jr. Milton Cummings. – URL: <https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/MCCpaper.pdf> (дата обращения: 04.12.2023).

Cultural diplomacy as a tool of soft power: western and domestic experience

The article traces the history of the development of cultural diplomacy in accordance with the dynamics that determines the variability of this concept. The experience of applying cultural diplomacy in the Russian Federation and European countries is analyzed. The author identifies separate approaches to the application of the concept under study, compares foreign and domestic tools for popularization of culture. As a result, the factors that determine the problems in the application of cultural diplomacy by Russia are revealed.

Keywords: *cultural diplomacy, history of cultural diplomacy, cultural policy, foreign cultural policy, soft power.*

О. П. Шадиева

Искусство коммуникаций в современной культуре: методологический потенциал семиотического подхода

Статья посвящена изучению семиотической системы современных коммуникаций, рассмотрению семиотического подхода как инструмента их исследования. Автор раскрывает особенности социокультурного коммуникативного пространства в условиях цивилизационных изменений, а также формы влияния происходящих в мире коренных изменений на знаковые системы как основы коммуникаций в современной культуре.

Ключевые слова: *знак, изменения, код, коммуникация, культура, норма, семиотика, смысл, современная культура.*

Введение. Актуальность работы обусловлена необходимостью исследования происходящих изменений в культуре социального общения и поисками методологического инструментария их изучения. Обращение к семиотическому подходу представляется объяснительной моделью, опора на которую позволяет осмыслить действие механизмов развития культуры коммуникаций, в том числе специфику модификации поведенческих ритуалов в социальной структуре в условиях цифровизации, приобретающей тотальный характер, стимулирующей ускорение всех социальных процессов.

Цель статьи – рассмотреть социальное значение коммуникации, опираясь на информационно-семиотический подход, сложившийся в социально-гуманитарном знании.

Отечественный философ А. Д. Урсул, посвятивший проблемам инфор-

мации значительную часть своих исследований, предлагал понимать под коммуникацией обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать и в конечном счете формировать мир культуры [7, с. 1–6; 8, с. 45–53]. Однако этого уточнения недостаточно, ведь термин «коммуникация» используется в разных значениях – как универсальное понятие, техническое, биологическое и социальное. В данной статье «социальная коммуникация» – это форма взаимодействия людей по передаче информации между собеседниками при помощи языка и других знаковых систем. Современные коммуникации – это развернутая система, вбирающая в настоящее время новые формы взаимодействия людей в условиях цифровой трансформации, поскольку основной тенденцией

выступает возрастающая роль технологий и различных современных средств связи. Это телефоны, компьютеры, социальные сети, мессенджеры, интернет-блоги и многое другое, требующее от участников взаимодействия включения в пространство социальных сетей, ведения блогов, участия в форумах и чатах, использования цифровых программ общения. Появление такого феномена, как мобильная культура, связано с процессом цифровизации, который амбивалентно оценивается по направленности и результатам влияния на содержание и характер коммуникации. С одной стороны, сегодня человек с малых лет начинает свою первичную социализацию, используя современные технические средства, коммуницирует не только с близкими и друзьями, а имеет возможность общаться с людьми всего мира, познавая таким образом культуры и знания разных стран в ускоренном режиме. С другой стороны, цифровизация влияет на формирование ценностей у индивида: меняются форматы общения, до минимума сведены офлайн-коммуникации. Переход на дистанционный формат в процессах образования ведет к потере значительной доли смысла, что приводит к снижению умственной активности, неадекватной социализации за счет снижения социальных навыков. «Наличие интенсивного развития информационно-коммуникативных технологий – своего рода интеграционной доминанты процесса глобализации – ведет к формированию информационного общества и нового, коэволюционного типа информационной культуры» [1, с. 101–102].

Изложение основного материала. Вполне закономерным при этом является обращение к методологическому инструментарию информационно-семиотического подхода к исследованию современных социальных коммуникаций. В основе такого подхода лежит семиотика – наука о функционировании различных знаковых систем, хранящих и передающих информацию в человеческом обществе, природе или в самом челове-

ке. Размышляя о семиотике, основатель московско-тартурской семиотической школы Ю. М. Лотман считал, что это самостоятельная наука «о коммуникативных системах и знаках, используемых в процессе общения» [4, с. 6]. Что составляет ее суть и что дает для объяснения социальных коммуникаций обращение к ресурсам семиотики?

Если предмет семиотики – это знаки, то, в свою очередь, знак – минимальный носитель языковой информации, которому при определенных условиях соответствует некое «значение» – явление, процесс, понятие, используемое для передачи информации. Совокупность знаков образует знаковую систему, или язык. Все, что люди сообщают друг другу намеренно или произвольно, – это информация. Она всегда имеет знаковую природу и передается с помощью знаков. Коммуникация – это обмен значениями, информацией между индивидами посредством общей системы символов-знаков, языковых знаков. Соответственно коммуникация – это важная функция культуры.

Интересно отметить, что во второй половине XX века лингвисты и литературоведы акцентировали свое внимание на смыслопорождающей функции текста: «смысл – текст». Текст выступает некой конструкцией, созданной индивидом для передачи другому или другим своих представлений о какой-то предметной области. Ю. М. Лотман называет эту конструкцию «смыслопорождающим механизмом». Один индивид кодирует сообщение, отражающее его представление о передаваемой информации. Этому предшествует мысль, идея. Текст есть отражение мысли первого коммуниканта. Второй же, получив текст, декодирует его, осмысливает результат, выстраивает свою идею обсуждаемой информации. Совпадает ли смысл, выявленный в тексте получателем, со смыслом, вложенным отправителем?

Если оценивать качество семиотической системы лишь по адекватности смысла, вложенного в текст, смыслу по-

лученного сообщения, то, как отмечает Лотман, «...придется признать, что все естественно возникшие языковые структуры устроены в достаточной мере плохо» [1, с. 157]. Для полной идентичности «...нужны условия, в естественной ситуации практически недостижимые: для этого требуется, чтобы адресант и адресат пользовались полностью идентичными кодами, то есть фактически, чтобы они в семиотическом отношении представляли как бы удвоенную одну и ту же личность...» [4, с. 157].

Рассмотрим процесс образования в коммуникации смысла посредством использования знаковой системы на примере сюжета из сериала «Серебряный волк». Полковник ФСБ Волков ведет разговор с женщиной. Мама двух детей и супруга террориста, который взял в заложники больного ребенка, не знает о преступлении. Полковник просит ее поделиться любой информацией, которая даст возможность найти ребенка. Сначала женщина отказывается вести диалог. В разговоре полковник использует текстовый знак *«вы не сможете себя простить, если ребенок погибнет»*. Далее в диалог включаются дети террориста, идет беседа о дочери полковника. Полковник реализует смысловое воздействие – интерпретанта для мамы: *«пусть дочь меня не слушается, главное, чтобы была жива и здорова»*. Женщина задумывается, осмысливает интерпретанту, рождается новый диалог, где она делится необычными событиями последних дней в жизни супруга. Эта информация помогает полковнику в поиске ребенка.

Разберем коммуникацию на составляющие: знак – *«вы не сможете себя простить, если ребенок погибнет»*; десигнат – больной ребенок – то, на что указывает знак; интерпретанта – *«пусть дочь меня не слушается, главное, чтобы была жива и здорова»*; интерпретатор – полковник спецслужбы Волков. Таким образом, в состоявшейся коммуникации полковник смог донести до визави идею в сообщении без потери смысла здесь и сейчас и получить мгновенный результат для решения критической задачи.

Согласитесь, не каждая современная коммуникация имеет такой исход. Процессы глобализации и информатизации оказывают радикальное воздействие на культурно-цивилизационные преобразования: модификация поведенческих ритуалов в социальной структуре, информационное и цифровое неравенство, появление новых знаковых систем, увеличение числа индивидов, «попадающих в ситуацию «выпавших» за черту технологий современности» [1, с. 98]. Происходит динамическое усложнение культурной среды, коммуниканты в процессе современной коммуникации сталкиваются с новыми знаковыми системами, которые еще надо осмыслить, понять, принять и сделать удобными для взаимодействия.

Знаково-символическая информация является носителем знания: в социальной коммуникации, в книгах, на сайтах и экранах мониторов, в онлайн-лекциях нам представлена информация, которая заключает в себе знания и смыслы. Для каждого человека важно умение расшифровывать закодированные смыслы, чтобы информация преобразовывалась в знания. «Это возможно лишь в том случае, если мы владеем кодами того типа (вида, формы) социальной информации, которая выступает в данном конкретном случае в роли носителя знания», – считают авторы введения в информационно-семиотическую теорию [6, с. 79].

Именно поэтому заслуживают пристального внимания современные поиски методологического инструментария в изучении и понимании современных коммуникаций. Так, если ранее объяснение принципов коммуникации сосредотачивалось на изучении общения «лицом к лицу» и, соответственно, на языковых выражениях, речевом акте и т. д., то сегодня доминирует дистанционный формат: люди взаимодействуют, не видя собеседника, происходит обезличенное общение на слух, без мимики и жестов, в лучшем случае посредством текстовых сообщений.

Цифровая трансформация в коммуникациях. Становление цифрового об-

щества в контексте развития современных научно-технологических изменений соответствует динамике современной культуры, которая также анализируется с использованием методологического инструментария информационно-семиотического подхода. С одной стороны, изменения информационного общества предоставляют практически безграничные возможности для саморазвития, ускоряют социальные процессы, помогают оптимизировать реализацию решений научных, технических и производственных задач [2, с. 156–159]. С другой стороны, амбивалентность проявляется в искажении самого процесса коммуникации посредством новых цифровых возможностей, ведь субъекты коммуникации используют дополнительные приемы, сопровождающие и трансформирующие ценности и смыслы коммуникаций. Это использование «масок» в общении, изменение внешности, голоса. Кроме того, отмечается рост цифровых преступлений и онлайн манипулирования, что приводит к неприятным последствиям, влияющим на развитие молодого поколения.

В контексте семиотики исследуются знаковые аспекты всех видов коммуникации, системы хранения, передачи и переработки информации в человеческом обществе. Сегодня для нивелирования амбивалентных проявлений цифровой трансформации в контексте развития и становления личности проблема осмысления и выработки методического инструментария в условиях новой цифровой семиотической реальности для перехода к формированию гуманистически ориентированной цифровизации для молодежи приобретает особую остроту.

В современных условиях значение коммуникативной функции культуры возрастает быстрее, чем любой другой функции, а усиление влияния коммуникации обеспечивает переход к другому типу коммуникаций, а также может привести к расширению спектра рисков и уязвимостей. Происходит и интенсивное развитие средств коммуникации,

что выражается в росте мощности и дальности действия средств связи, интенсификации информационных потоков, возрастании скорости передачи информации. Современные ученые считают, что палитра знаков развивается и модифицируется за счет функционирования виртуальной коммуникации.

Проблематика достижений и рисков тотальной цифровизации находится в центре внимания научных сообществ. По мнению ученых, тотальная цифровизация имеет разнонаправленные последствия. Так, с одной стороны, «у современного человека, по существу, формируется второе цифровое тело» [3, с. 7], которое наделяет индивида сверхспособностями познания и преобразования человека, культуры, общества. С другой стороны, возникают сложные вызовы: чипирование тела человека открывает возможность для внешнего манипулирования сознанием; цифровая трансформация дегуманизирует социальные коммуникации в сферах образования, медицины, подрывая традиционную этику, развиваются новые типы социального надзора. Культурные барьеры становятся относительными, государства и общества уже не в состоянии контролировать глобальные потоки информации, быстрыми темпами развивается цифровая преступность. И. Б. Романенко обратила внимание на современные тенденции в среде молодежи: «...малая преданность своему социальному окружению, коллективу, отсутствие иерархии основных ценностей, многообещающих проектов, высокоперспективных целей, а также незрелость социального интеллекта, т. е. запоздалая, иногда неадекватная социализация» [5, с. 79–86].

Выводы. Процесс современной коммуникации меняется под влиянием происходящих в мире коренных изменений, и цифровая трансформация модифицирует знаковые системы. Ключевой проблемой современной социально-культурной коммуникации становится вопрос о том, как «извлечь» знание из индивидуального сознания в цифровом пространстве, далее транспортировать по современным каналам связи, сохра-

нить и осуществить трансляцию без потери смысла другому сознанию. Таким образом, меняется не только система коммуникации, но и образ мысли индивида, поскольку это становится актуальным предметом для исследований семиотической системы современных коммуникаций.

Влияние цифрового развития на процессы современной коммуникации, на общество и человека многогранно: изменениям подвержены структура и способы функционирования информации в социокультурном коммуникатив-

ном пространстве, способы хранения и трансляции знания следующим поколениям, формы и механизмы коммуникации. Для нивелирования амбивалентных проявлений цифровой трансформации в контексте развития и становления личности важно не только осмыслить последствия этого процесса, но и выработать методический инструментарий для разработки прикладных практик в условиях новой цифровой семиотической реальности для перехода к формированию гуманистически ориентированной цифровизации для молодежи.

1. Астафьева О. Н. Цифровизация как фактор обновления культурно-образовательной среды России и Китая: культурфилософский анализ граней соприкосновения / О. Н. Астафьева, С. М. Остапенко // Теория и практика российско-китайских отношений: монография / отв. редакторы А. Н. Чумаков, Ли Хэй. – Москва: ООО «Проспект», 2020. – С. 95–140.

2. Астафьева О. Н. Гуманитарный дискурс Ю. М. Лотмана: семиотическая интерпретация динамики культуры / О. Н. Астафьева // Вопросы философии. – 2023. – № 6. – С. 156–159.

3. Кравченко С. А. «Нормальная аномия»: контуры концепции / С. А. Кравченко // Социологические исследования. – 2014. – № 8. – С. 3–10.

4. Лотман Ю. М. Семиосфера. Люди и знаки / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург: Искусство-СПб, 2010. – 704 с.

5. Романенко И. Б. Манипулятивная восприимчивость тинейджеров и виртуальная реальность / И. Б. Романенко, Ю. В. Пую // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2018. – Т. 9. – № 3. – С. 79–86.

6. Тхагапсоев Х. Г. Информационно-семиотическая теория культуры / Х. Г. Тхагапсоев, О. Н. Астафьева, И. И. Докучаев, И. В. Леонов. – Санкт-Петербург: Астерион, 2020. – 207 с.

7. Урсул А. Д. Информационная природа культуры / А. Д. Урсул // Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. – 2018. – № 6. – С. 1–6.

8. Урсул А. Д. Информационный критерий развития и эволюция культуры / А. Д. Урсул, Т. А. Урсул // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2011. – № 1 (25). – С. 45–53.

The art of communication in modern culture: methodological potential of the semiotic approach

The article is devoted to the study of the semiotic system of modern communications, the consideration of the semiotic approach as a tool for their research. The author reveals the features of the socio-cultural communicative space in the context of civilizational changes, as well as the forms of influence of fundamental changes taking place in the world on sign systems as the basis of communications in modern culture.

Keywords: sign, changes, code, communication, culture, norm, semiotics, meaning, modern culture.

УДК 911.3:338.48

М. Е. Чеглазова, В. В. Турчин

Разработка концепции развития и продвижения глэмпинга в индустрии туризма и гостеприимства Республики Крым

В современных условиях развитие индустрии туризма и гостеприимства в целом, и глэмпинга в частности, во многом зависит от использования информационных технологий. Особенно это касается продвижения в сети Интернет. В данной статье выделены этапы развития и становления глэмпинга в Крыму, определены механизмы продвижения данного направления в сети Интернет.

Ключевые слова: туризм, индустрия туризма и гостеприимства, глэмпинг, экология, продвижение, Интернет, Республика Крым.

Введение. Глэмпинг – это экологическая инновационная концепция в категории природного туризма, которая направлена на полную интеграцию туристов с окружающей средой. Глэмпинг предлагает уникальный и разнообразный опыт соприкосновения с окружающей средой, с ее биологическим разнообразием, историей, культурой и обычаями людей, одновременно с высококачественным сервисом, что так необходимо в настоящее время для развития туризма в Республике Крым.

Теоретической и методологической основой настоящего исследования послужили разработки отечественных и зарубежных специалистов в индустрии глэмпинга, в частности Н. Л. Безрукова, Е. Л. Драчева, А. В. Николаева, Д. Л. Островкин, А. В. Муртазина, Х. И. Нгуен, Т. Ф. Нгу-

ен, Н. В. Красильникова, Л. В. Сотова, А. А. Гамалей, В. П. Назарова, Т. Е. Лебедева, М. П. Прохорова, Н. М. Кузьмина, Н. Г. Прудникова, М. Н. Игнатенко, А. В. Дудник, О. М. Маслова, М. А. Дудник, в работах которых изучены особенности развития глэмпинга, а также проведен анализ региональных проектов. Однако, несмотря на имеющиеся научные исследования, вопросы, касающиеся концепции развития и продвижения глэмпинга в индустрии туризма и гостеприимства Республики Крым, требуют дальнейшего изучения.

Цель настоящей статьи – предложить наработки концепции развития и продвижения глэмпинга в индустрии туризма и гостеприимства Республики Крым.

Изложение основного материала. Глэмпинг – это новая и быстрорастущая индустрия гостиничной и туристиче-

ской отрасли. Глэмпинг (переводится с англ. как «гламурный кемпинг» или «роскошный кемпинг») – новый вид экологического туризма, предусматривающий проживание в отдельно стоящих некапитальных сооружениях повышенного комфорта на благоустроенной территории с наличием санитарных блоков с горячей водой, общественной зоной и сервисом.

Глэмпинг-парк – обустроенный лагерь для временного пребывания или туристический городок, состоящий из нескольких некапитальных объектов размещения (модульные дома, шатры, юрты, шале и т. д.), пунктов питания и дополнительной туристкой инфраструктуры. Глэмп или глэмп-отель – жилая единица глэмпинг-парка.

Иными словами, это отдых на природе со всеми удобствами и полноценным обслуживанием. Еще одно важное условие глэмпинга – он должен быть мобильным и органично вписываться в окружающую среду, не нанося ей вреда. Поэтому в глэмпинге туристы проживают в легких домиках, комфортных шатрах или футуристичных шале посреди дикой природы, на удалении от цивилизации.

У глэмпинга как у бизнеса есть несколько особенностей:

- он не требует больших вложений – обустроить отель или коттедж гораздо дороже. Примерная стоимость глэмпа (один модуль) – от 500 000 руб.;

- окупается быстрее отеля – примерно 1,5–2 года. Например, комплекс из 15 глэмпов может приносить прибыль уже через полтора года. Даже при 60% заполняемости можно зарабатывать свыше 10 млн руб. в год;

- установку глэмпинга легче согласовать – по документам он классифицируется как туристическое снаряжение, что позволяет возводить такие модули даже вблизи водоемов;

- глэмпинг как бизнес имеет низкие барьеры входа, его легко масштабировать – начать можно с 2–3 точек;

- возможна как сезонная, так и круглогодичная его эксплуатация;

- растет спрос на глэмпинг среди

жителей городов, которые все больше нуждаются в путешествиях, перезагрузке на природе и восполнении запасов энергии [4, с. 140].

Согласно исследованиям специалистов, в 2018 году глобальный рынок глэмпингов оценивался в \$2,1 млрд, а по прогнозам к 2025 году он достигнет \$4,80 млрд, возрастая в среднем на 12,5% с 2019 по 2025 год.

Строительство модульных гостиниц для глэмпинга включено в программу грантовой поддержки предпринимателей в 2020 году. Правительством РФ на развитие проектов внутреннего и въездного туризма в рамках грантового конкурса от Ростуризма выделено 1,2 млрд руб. Из поданных более чем 4000 заявок, 69% приходились на производство и поставку оборудования для туризма, в том числе кемпингов, глэмпингов, модульных гостиниц.

Так, в Республике Крым в Черноморском районе, в Оленевском сельском поселении, при грантовой поддержке в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» накануне высокого сезона 2023 года состоялось открытие новых быстровозводимых модульных гостиниц. Претенденты были отобраны комиссией при Минкурортов и туризма Республики Крым в 2022 году. На строительство модульных гостиниц потрачено 304,5 млн рублей. На эти деньги построены 11 новых объектов на 249 номеров или 942 койко-места. Например, глэмпинг «Extreme Крым» предлагает возможность совмещения насыщенного активного отдыха с беззаботным времяпрепровождением всей семьей в комфортных условиях.

По данным министерства курортов и туризма Республики Крым, ожидается прирост количества туристов в Крым. Таким образом, взрывной рост числа глэмпингов в стране и сформировавшийся тренд на строительство модульных гостиниц с учетом ежегодного роста числа туристов формирует необходимые предпосылки для развития глэмпинг-туризма в Республике Крым.

Цель развития глэмпинга в Крыму состоит в создании сети современных объектов на базе глэмпинг-парков для увеличения номерного фонда в коллективных средствах размещения, удовлетворения спроса массового туризма в отдыхе и размещении, стимулирования развития отрасли туризма в Республике Крым и поддержки предпринимательских инициатив в сфере туризма.

Среди первоочередных задач концепции развития и продвижения глэмпинга в туристской индустрии Республики Крым можно выделить следующие:

1) создание не менее 20 глэмпинг-парков в Республике Крым в наиболее привлекательных районах;

2) подготовка не менее 30 инвестиционных площадок под размещение глэмпингов;

3) увеличение общего номерного фонда в коллективных средствах размещения до 1000 мест до 2030 года;

4) создание не менее 200 основных и 100 дополнительных рабочих мест;

5) обеспечение общей загрузки (потока) туристов в глэмпинг-парках до 10 000 человек в год;

6) создание дополнительного валового регионального продукта в размере не менее 450 млн руб. в год;

7) формирование кумулятивных налоговых отчислений в бюджет в размере не менее 45 млн руб. в год;

8) увеличение туристкой привлекательности региона и открытие новых туристских дестинаций.

9) Развитие предпринимательской активности в горном и предгорном Крыму.

Анализ международного опыта глэмпинга показывает, что, как правило, каждый глэмпинг уникален. Можно выделить самые распространенные виды глэмпингов:

– barnhouse – модульные дома в виде амбара;

– bell tent – палатка из дышащего и легкого натурального хлопка, в которой не будет жарко в летнее время, с отсегивающимся дном для поступления свежего воздуха;

– сафари-тенты – конструкции «дышащего» типа из тентовой ткани, состоящие из деревянного каркала;

– сферы или геокупола: прозрачные, полупрозрачные и обычные;

– a-frame – деревянные домики в форме буквы «А» или треугольника, стационарные устанавливаются на подиуме;

– юрты, вигвамы, иглу, типи;

– дома на дереве;

– охотничьи домики, хижины, кордоны;

– контейнеры;

– дома на колесах, винтажные кэмперы, Airstream, цыганские караванчики и вагончики [3, с. 29].

В Европе и в Америке строительство глэмпинг-парков для размещения туристов и в целом модульное строительство практикуется с XX века. Согласно отчету компании Grand View Research, глобальный рынок глэмпинга оценивался в \$ 2,1 млрд в 2018 году и, по прогнозам, достигнет 4,8 млрд долларов к 2025 году, увеличившись в среднем на 12,5% с 2019 по 2025 год [8]. При подобном росте объем рынка в 2024 году должен достигнуть 4,26 млрд долларов (рисунок 1).

Лидирует Великобритания, где в 2019 году было уже 3400 глэмпингов и прирост составляет около 40% каждый год. Так, за 2022 год там открылось 500 новых локаций, а всего в стране их уже более 4000. Активно развивается глэмпинг в США, где модульное, панельное строительство используется в строительстве жилых домов, для коммерческих комплексов и для сегмента гостиничного бизнеса. Так, согласно исследованию агентства Research and Markets, объем американского рынка глэмпингов в 2024 году будет оцениваться в \$1 млрд [7].

В 2018 году по заказу сервиса бронирования «Booking.com.» проведено исследование, в котором приняли участие 21 500 пользователей из разных стран мира, в том числе 1000 человек из России. Исследование заключалось в том, что из путешествующих, побывавших хотя бы раз за последние 12 месяцев в

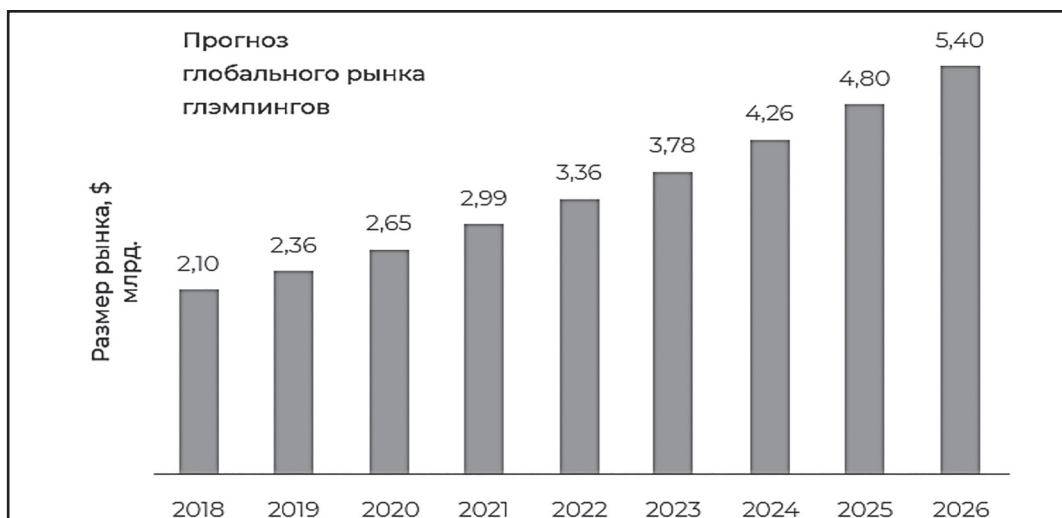


Рисунок 1 – Прогноз роста глобального рынка глэмпингов до 2026 года

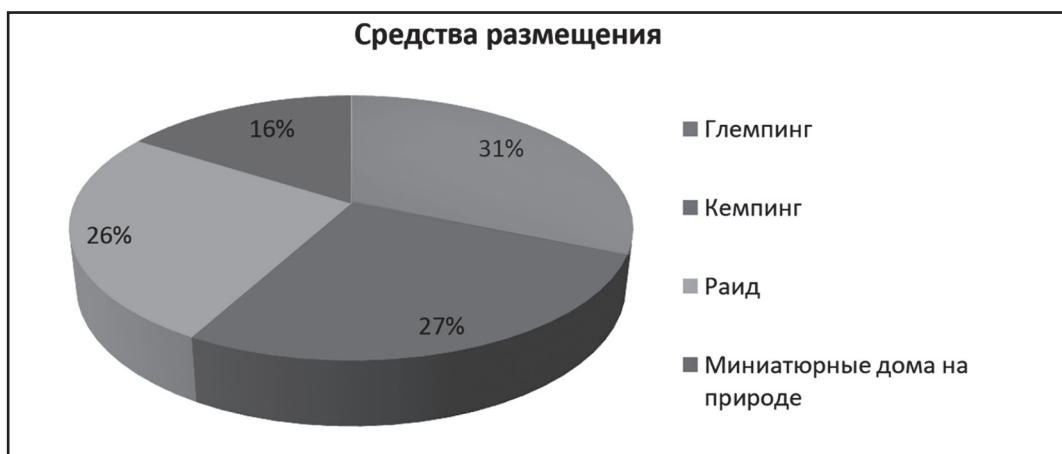


Рисунок 2 – Процентное соотношение респондентов, планирующих отдых в средствах размещения на природе

поездке или планирующих ее совершить в течение ближайшего года, был составлен список типов средств размещения, пользующихся наибольшей популярностью у различных групп туристов (рисунок 2).

Как мы видим, популярность глэмпинга растет – 31% респондентов по всему миру признались, что хотели бы остановиться в таком месте.

Проведенный анализ развития глэмпинг-туризма в России выявил следующие тенденции. Для РФ глэмпинг – относительно новый формат, который активно развивается последние три года. Мощным драйвером развития сегмента стали ограничения на перемещения граждан из-за пандемии и внешнеполитических шоков.

Глэмпинг как вид бизнеса в России начинает активно развиваться с 2017 года, когда открылся первый глэмпинг недалеко от Москвы, а в 2020 году их количество возросло до 125 глэмпинг-парков. Среднее время окупаемости в России – 2-3 сезона. На сегодняшний день в РФ насчитывается 416 функционирующих глэмпингов. Они расположены на территориях с развитой инфраструктурой, вблизи ключевых рынков сбыта – крупных городов. В 22 субъектах Российской Федерации глэмпинги отсутствуют, а в 42 – их менее пяти (рисунок 3).

Если ориентироваться на динамику роста глэмпинг-парков в Великобритании с ежегодным приростом в 40%, то по прогнозу в России к 2025 году должны открыться не менее 589 глэмпингов.

При условии функционирования в России 150 глэмпинг-парков в 2020 году и при среднем количестве в 5 глэмп-отелей для каждого парка, средней загрузке в 50% (183 дней) и средней сумме суточного тарифа в 4500 руб., объем российского рынка глэмпингов в 2024 году можно оценить в 617,6 млн руб.

Анализ поисковых запросов слова «глэмпинг» с помощью Яндекс.Стат. позволил определить существенный рост популярности подобных запросов среди населения. Согласно данным Ростуризма, внутренний туристический поток по состоянию на 2023 год превысил 75 млн человек.

Разработка предложений по этапам развития глэмпинга в Крыму позволила выделить следующую проблематику: с учетом роста туристской активности в Республике Крым и задачами, поставленными перед туристской отраслью республики, становится очевидной необходимость размещения большого количества туристов. Но ожидаемый рост количества гостей не сопоставим с темпами вводимых в эксплуатацию гостиничных номеров. Туристы отмечают острую нехватку и низкий комфорт мест размещения, низкий уровень сервиса и видов досуга. Все эти факторы создают барьер для развития туризма, притока капитала в регион, а также уровня занятости населения.

В целях развития туристской отрасли Республики Крым, а также ее горных и предгорных территорий необходимо существенно ускорить и расширить создание глэмпинг-парков как недорогих решений проблем индивидуальных предпринимателей, занимающихся туристским бизнесом в местах и районах следования туристов, где существует

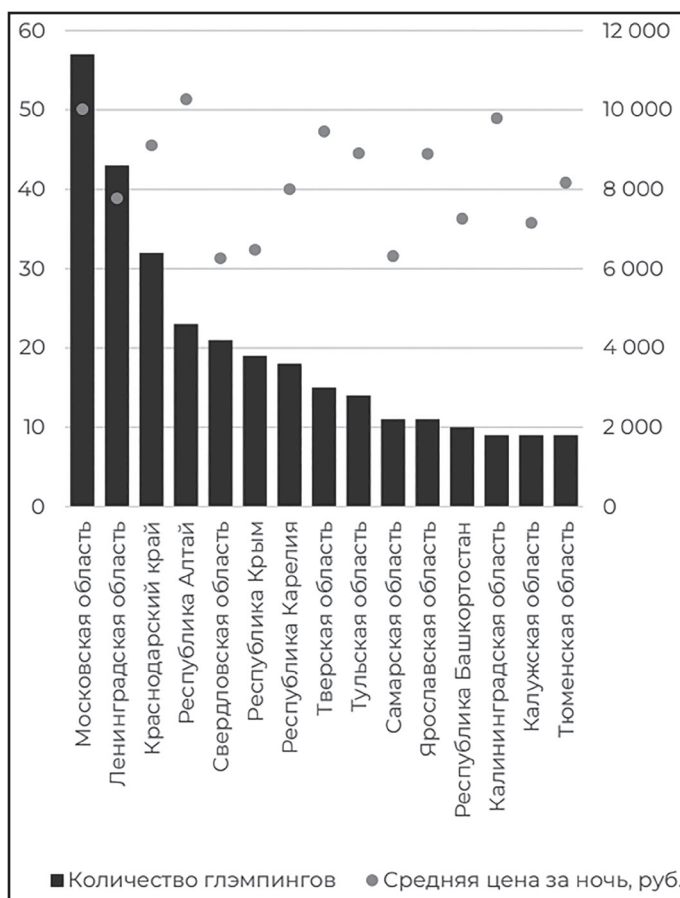


Рисунок 3 – ТОП-15 субъектов РФ по количеству функционирующих глэмпингов в 2023 г.

острая нехватка номерного фонда при нарастающем туристском потоке. Площадки для размещения глэмпинга могут располагаться как в приморских и предгорных районах республики, так и в горном Крыму. Предполагается, что развитие сети глэмпингов увеличит количество малых предпринимателей, выведет их на новый уровень ведения бизнеса, повысит общий уровень клиентского сервиса и увеличит налоговые поступления в республиканский бюджет.

В качестве используемых типов домов могут быть самые разнообразные модели глэмпингов: типовые барнхаусы, геокупола, дома-шалы, контейнеры и др. Выбор будет зависеть от ряда факторов, в том числе удобства транспортировки, строительства или сборки дома в той или иной местности.

Для обеспечения единого стратегического подхода к решению проблем размещения существующего и пер-

спективного туристского потока представляется целесообразным принятие комплекса пошаговых мер по развитию глэмпинг-туризма в Республике Крым. Целью развития данного направления является создание сети глэмпинг-парков, объединенных в единую сеть и равномерно распределенную по ключевым туристским локациям, включая горные и предгорные районы.

Создание сети глэмпинг-парков также требует комплексного подхода к решению финансовых, технико-технологических, сервисных и организационных задач. Предлагаемая стратегия должна предусматривать комплексный подход, основанный на стимулировании развития инвестиционной активности, поддержке развития локализованных в Республике Крым производств модульных мест размещения, оборудования и мебели как для удовлетворения спроса на создание глэмпинг-парков, создание оператора предоставления сервисных услуг по качественному обслуживанию глэмпинг-парков и других мест размещения по единому стандарту качества.

Первый этап включает стратегическую оценку:

- выработку дорожной карты реализации проекта;
- формирование параметров оценки площадок и общей методики отбора;
- отбор инвестиционных площадок и создание карты глэмпингов;
- предпроектные изыскания по пилотным глэмпингам «Черные воды» в Бахчисарайском районе и «Цветущая долина» в Симферопольском районе;
- формирование технического задания на создание типовой проектной документации для стандартизации инфраструктурных, архитектурных, интерьерных и ландшафтных решений по проекту глэмпинг-парков «Черные воды» и «Цветущая долина»;
- анализ рынка производителей типовых модульных конструкций для глэмпинга и получение технико-коммерческих предложений от поставщиков;
- проведение стратегических сессий с участием бизнес-сообщества Респуб-

лики Крым для определения потенциальных заинтересованных поставщиков и подрядчиков;

- запуск акселератора на базе корпорации для региональных поставщиков и производителей и региональных операторов в сфере туризма;
- определение стейкхолдеров и подписание типовых соглашений с туроператорами и поставщиками;
- проработка инженерно-технических вопросов. Разработка типового решения по инженерным вопросам глэмпинга (водоснабжение, водоотведение, отопление, энергоснабжение и др.);
- разработку типового проекта глэмпинг-парка, подведение итогов предпроектных работ 1 этапа.

Второй этап – запуск пилотных проектов, который включает:

- описание и аккумулирование технологий (модульное решение строительства, инженерные вопросы, управленческие и операционные процессы, кадры);
 - подготовка территорий пилотных площадок для реализации проектов;
 - трансферт апробированных и успешных технологических решений на создание пилотных проектов глэмпинга от уже опытных производителей России;
 - запуск первых проектов глэмпинг-парков «Черные воды» и «Цветущая долина» до 1 мая 2026 года;
 - обучение в процессе монтажа и создания пилотных глэмпинг-парков до 3 потенциальных региональных производителей по созданию типовых модульных домов разного строения (геокупола, барнхаусы, шале-дома);
 - создание регионального сервис-оператора глэмпинг-парков, подготовка каталога из не менее 10 готовых инвестиционных площадок для развития глэмпинга (по модели коробочного решения);
 - создание и открытие 2-х пилотных глэмпинг-парков «Черные воды» и «Цветущая долина» единым оператором.
- Третий этап* – масштабирование – включает следующие компоненты:
- создание типовых технологических решений для сети глэмпинг-парков;
 - создание типового финансового

инструмента для стимулирования инвестиционной активности и привлечения к строительству частных инвесторов;

- создание 20 глэмпинг-парков в районах Республики Крым на предварительно отобранных площадках с учетом комплекса критериев для реализации проектов;

- разработка новых проектов глэмпинг домов (дома на дереве, хаусботы, автономные дома, умные дома);

- отбор и подготовка для каталога не менее 30 потенциальных площадок для развития частных глэмпинг-парков;

- привлечение средств инвесторов и внебюджетных средств;

- нивелирование разрыва в нехватке средств размещения для туристов;

- формирование благоприятной туристской инфраструктуры в Республике Крым.

Для круглогодичного отдыха туристов на территории глэмпинг-парка планируется создание банного комплекса, установка апи-домиков, а в качестве дополнительных услуг – разработка туристических маршрутов по окрестностям, снегоходные и веломаршруты.

В цифровую эпоху присутствие объекта в Интернет имеет первостепенное значение. Это включает наличие веб-сайта, регистрацию и размещение объекта в метапоисковых системах и на специализированных площадках. Необходимо уделить при этом внимание его внешнему виду, содержанию и SEO [6, с. 55].

Учитывая, что в 2023 году во всем мире количество пользователей социальных сетей составит около 4 миллиардов, использование социальных сетей для продвижения глэмпинг-бизнеса имеет важное значение. Поскольку популярность глэмпинга продолжает расти, как никогда важно эффективно продвигать глэмпинг-бизнес. Разработка маркетинговой стратегии в социальных сетях является важной частью общей маркетинговой стратегии в сфере глэмпинга. Надо учитывать, что целевая аудитория глэмпинга – молодежь и семьи, и именно эти категории туристов являются активными пользователями социальных сетей [2, с. 356].

Социальные сети оказывают значительное влияние на глэмпинг и используются как инструмент продвижения для привлечения большего количества людей к путешествиям. Социальные сети, такие как ВКонтакте, эффективно влияют на процесс принятия решений туристами [5, с. 82]. Туристы используют социальные сети для сбора информации, просмотра комментариев пользователей, обмена впечатлениями о пункте назначения. Социальные сети и влиятельные личности играют решающую роль в формировании предпочтений туристов и создании имиджа туристического направления, а следовательно, являются эффективным инструментом для продвижения глэмпинга [1, с. 242].

Выводы. В настоящее время развитие индустрии туризма и гостеприимства выходит на новый уровень. Происходит ощутимый сдвиг в образе мышления большинства туристов и владельцев отелей, что способствует развитию глэмпинга как в Российской Федерации, так и в Республике Крым.

Глэмпинг как форма экотуризма предусматривает бережное отношение к окружающей среде: его строения обычно создаются из натуральных материалов, их воздействие на экосистему довольно низкое, поскольку они представляют собой временные постройки. Также в глэмпингах часто используют солнечную энергию или биотопливо, что дополнительно смягчает их воздействие на окружающую среду. Глэмпинг неразрывно связан с экологичностью, поэтому он очень привлекателен для современных гостей.

Поскольку туристский рынок становится все более насыщенным, каждый его участник ищет уникальные впечатления. В 2024 году глэмпинг сократит разрыв между роскошными и недорогими путешествиями и привлечет туристов, ищущих уникальные впечатления в уникальных местах. Поскольку этот сегмент продолжает развиваться, отелям необходимо внедрять современные технологии продвижения в сети Интернет и работать над улучшением качества обслуживания гостей.

-
1. Чеглазова М. Е. Влияние социальных медиа на туристский маркетинг // Проблемы развития индустрии туризма: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / Забайкальский государственный университет. – Чита: ЗабГУ, 2021. – 401 с. – С. 241–246.
 2. Чеглазова М. Е. Особенности развития рынка онлайн-путешествий // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации: сборник научных трудов. – Симферополь: ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», 2020. – С. 356–362.
 3. Чеглазова М. Е., Загуменная К. А., Никонов К. А. Мировой опыт малых гостиничных форм развития туризма (на примере глэмпинга) // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции: К 75-летию Крымского университета культуры, искусств и туризма (Республика Крым, г. Ялта, пгт Форос, 12–13 мая 2023 г.). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2023. – С. 28–33.
 4. Чеглазова М. Е., Никонов К. А. Глэмпинг как тренд индустрии туризма и гостеприимства // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации: сборник трудов VII Всероссийской (с международным участием) научной конференции «Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации» (г. Севастополь, 3–4 ноября 2023 года). – Москва: Перо, 2023. – 294 с. – С. 138–142.
 5. Чеглазова М. Е., Зотова Н. В. Влияние современных информационных технологий на процесс продажи туристского продукта // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции: К 75-летию Крымского университета культуры, искусств и туризма (Республика Крым, г. Ялта, пгт Форос, 12–13 мая 2023 г.). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2023. – С. 80–84.
 6. Чеглазова М. Е., Турчин В. В. Роль интернет-маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства // Таврические студии. – 2023. – № 35. – Симферополь: ООО «Антиква», 2023. – С. 51–58.
 7. Официальный сайт Research and Markets. – URL: <https://www.researchandmarkets.com> (дата обращения: 08.02.2024).
 8. Официальный сайт Grand View Research. – URL: <https://grandviewresearchinc.wordpress.com> (дата обращения: 08.02.2024).

Development of a concept for the development and promotion of glamping in the tourism and hospitality industry of the Republic of Crimea

In modern conditions, the development of the tourism and hospitality industry in general, and glamping in particular, largely depends on the use of information technology. This is especially true for promotion on the Internet. This article highlights the stages of development and formation of glamping in the Crimea, defines the mechanisms for promoting this direction on the Internet.

Keywords: *tourism, tourism and hospitality industry, glamping, ecology, promotion, Internet, Republic of Crimea.*

С. В. Чмирис, С. Д. Димитриева

Инновационные характеристики внутреннего туризма в Российской Федерации

В статье получил развитие тезис о том, что туризм в настоящее время является одной из наиболее перспективных отраслей российской экономики. В то же время отмечается, что современные вызовы, обусловленные влиянием политических, экономических, международных и других факторов, стимулируют формирование новых трендов инновационного развития в сфере внутреннего туризма Российской Федерации. Данное исследование отвечает на вопрос: как использовать сложившуюся ситуацию с целью развития внутреннего туризма на инновационных принципах.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, инновационные технологии, туризм, туристическая услуга, диджитализация, туроператоры, турагенты, инновационные принципы.

Введение. Современная практика неоднократно доказывала, что сфера туризма наиболее чувствительна к изменениям внутренней и внешней среды, а ее движущей силой являются инновационные процессы во всех отраслях хозяйствования и общественных отношений. Применение инноваций с целью развития рынка туристических услуг требует сочетания усилий всех субъектов туристических отношений на федеральном, региональном и местном уровнях. Мощное развитие процессов компьютеризации и диджитализации является следствием активного применения инноваций. Традиционные методы продвижения и потребления туристических продуктов заменяются инновационными, так как потребители становятся более разборчивыми в продуктах и услугах, а туристические предприятия

внедряют инновации во все операционные процессы, чтобы повысить свои конкурентные возможности и сохранить лояльность потребителей. Таким образом, определяющими конкурентоспособность туристического продукта являются: полезность для потенциального покупателя, цена и инновационность.

Постановка проблемы. Потребность перехода туристической отрасли на инновационные технологии и методы ведения туристической деятельности стала еще более актуальной после пандемии COVID-19, беспрецедентных санкций США и Евросоюза против Российской Федерации, закрытия границ и других ограничений туристическая отрасль понесла значительный ущерб. Туристическая деятельность, уязвимая в плане политических, экономических и международных рисков должна ориен-

тироваться на интенсивный тип развития с целью расширения возможностей и направлений внутреннего туризма.

Особенности внедрения и реализации инновационной политики в сфере туризма нашли отражение в научных трудах И. А. Ангелиной, В. В. Верны, Э. Э. Ибрагимова, В. А. Рубцова, О. С. Сиваш [1] и др. исследователей инновационных составляющих национального и регионального туристического продукта. Так А. И. Бызова, Е. В. Киселева, А. Г. Максименко, В. В. Миненкова [2–4] изучали конкретные инновационные инструменты развития туристического рынка; И. О. Давронов, Г. Н. Москалевич, И. Г. Павленко, М. Е. Чеглазова [5; 6] проанализировали и систематизировали специфику применения инновационных технологий в сфере туризма и гостеприимства.

Несмотря на значительное количество научных трудов, посвященных изучению этой актуальной темы, многие вопросы все еще остаются нерешенными. Среди них выделим следующие: комплексное исследование теоретических и практических аспектов применения инноваций в туризме; основные тренды инновационного развития внутреннего туризма в Российской Федерации; эффективность использования информационных технологий для разработки инновационных туристических продуктов с целью развития внутреннего туризма.

Целью исследования является систематизация определяющих элементов и инновационных составляющих развития внутреннего туризма.

Изложение основного материала. Технологические изменения, совершенствование формирования и реализации туристических продуктов являются неотъемлемой составляющей системы инновационного развития туризма. Инновационные туристические продукты характеризуются наличием новых свойств, отвечающих текущим потребностям и тенденциям социально-экономического развития общества, обеспечивающих удовлетворение текущего спроса на турпродукт.

Современное состояние внутреннего туристического рынка РФ требует разработки новых туристических продуктов. Но исполнение всегда начинается с идеи, а наиболее логичной стартовой площадкой в поиске идей становятся потребители туристических услуг, вернее их предпочтения. Отбор идей заключается в проверке замысла по формированию того или иного туристического продукта.

Туристический продукт в реальном исполнении включает три обязательные составляющие: 1) собственно тур, 2) дополнительные экскурсионные услуги, 3) товары туристско-сувенирного назначения, а также такие компоненты, как транспорт и средства размещения. Первичной единицей туристического продукта является сам тур, от инновационности которого зависят его потребительские характеристики. Последние определяются рядом факторов. Прежде всего это туроператоры и турагенты, которые формируют предложение, создают и реализуют туристический продукт. Далее – потребители туристического продукта, их желания, возможности и предпочтения.

Совокупность туроператоров и турагентов составляет предпринимательскую среду, функционирование которой нацелено на максимальное удовлетворение потребностей туристического рынка с учетом происходящих на нем инновационных процессов. Возросшая необходимость адаптации туристического бизнеса в Российской Федерации требует развития предпринимательства как ключевого элемента современного процесса переориентации на внутренний рынок туристических услуг.

Основываясь на показателях Федеральной службы государственной статистики [7], отметим неоднозначную динамику изменений количества туристических фирм (как фактора инновационности и предпринимательства), реализованных населению туристических пакетов, а также их стоимости за 2011–2022 годы (см. таблицу).

Таблица – Основные показатели деятельности туристических фирм, 2011–2022 гг.

Показатели	Период, год											
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число туристических фирм на конец года. Всего	10266	10773	11324	11614	11893	12395	13579	13674	12690	12463	13076	13608
В том числе занимались:												
туроператорской деятельностью	548	463	478	445	349	549	723	751	753	817	886	959
туроператорской и турагентской деятельностью	1351	1441	1362	1306	1159	1479	1723	1751	1688	1711	1778	1827
турагентской деятельностью	7787	8265	8936	9307	9701	9300	11133	11172	10249	9935	10412	10822
только экскурсионной деятельностью	580	604	548	556	684	1067	-	-	-	-	-	-
Число реализованных населению турпакетов (тыс.)	4427	4763	5384	4384	4024	3352	4390	4586	5337	3125	4811	5279
из них гражданам России:												
по территории России	929	905	969	992	1331	1529	1552	1635	2111	2094	2856	3033
по зарубежным странам	3326	3738	4240	3253	2482	1625	2605	2575	2911	1013	1943	2236
Стоимость реализованных населению турпакетов (млн руб.)	175366	208118	249898	243453	239554	192624	281229	303738	378883	169858	371920	442810
Из них гражданам России:												
на территории России	21265	22746	23876	25444	50517	49166	52290	59556	69560	70964	114369	135788
в зарубежных странах	152610	183309	222002	214308	183970	138120	222171	234054	301328	98010	256593	306372

Составлено автором по: [7]

Важно отметить стабильный количественный рост туристических фирм, которые занимались туроператорской и турагентской деятельностью до 2019 года. С 2019 по 2022 год численность туристических фирм практически восстановила их количественные показатели: 13674 в 2018 году и 13606 в 2022 году.

Сравним реализацию населению туристических пакетов: в 2013 году – 5384 тыс., в 2019 году – 5337 тыс. и в 2022 году – 5279 тыс. Очевидно, что наименьшее количественное значение пришлось на 2020 год – время наибольшего распространения пандемии COVID-19.

При этом 2020 год стал переломным в соотношении реализованных населению турпакетов на территории России в сравнении с зарубежными странами. Так, в 2020 году оно составило 67%, в 2021 году – 59% и в 2022 году – 57%. Увеличение числа реализованных населению турпакетов по территории России является следствием закрытия границ в период распространения пандемии COVID-19.

Оценивая их стоимость, важно отметить ее стабильный рост. Так, с 2011 по 2022 год стоимость возросла в 6,4 раза – с 21265 млн руб. до 135788 млн руб. (соотношение общей стоимости реализованных населению турпакетов за указанный период выросло в 2,5 раза, а стоимость реализованных населению турпакетов по зарубежным странам – в 2 раза). Существенно при этом соотношение стоимости реализованных населению турпакетов по зарубежным странам и общей стоимости реализованных турпакетов, составляющее почти 70%.

Вышеприведенные данные позволяют констатировать рост предпринимательской активности в сфере туризма. При этом туристическая активность населения в 2022 году практически достигла допандемийного уровня, стоимость же реализованных населению турпакетов по России увеличилась в 6,4 раза, что подтверждает рост заинтересованности населения РФ во внутреннем туризме.

Утвержденная Правительством РФ в сентябре 2019 года «Стратегия развития

туризма в РФ на период до 2035 года» [8] оперирует такими основными понятиями инновации, как «технологии», «цифровизация», «алгоритмы». В документе указывается, что комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации возможно с помощью современных технологий, создания качественного и конкурентоспособного турпродукта, и констатируется, что «... внедрение цифровых технологий формирует основные тенденции развития туристской отрасли» [9].

Инновационные технологии в туристическом бизнесе значительно повлияли на его содержание и на многие процессы по отношению к потребителям туристических услуг. В частности, инновационные элементы способны выступать средством перевода идеи в туристическую услугу и определять ее ценность, за которую клиенты готовы платить. Назовем некоторые из нововведений: телефонные ключи, мобильное самообслуживание, онлайн-бронирование, киоски для самообслуживания, устройства для лоббирующих медиапанелей, электронные теги багажа, умные фониические посадочные талоны, системы оптимизации гостиничных услуг, инструменты для подключения устройств для гостей, голосовые телефоны через интернет-протокол, которые взаимосвязаны с экосистемой отеля, различные устройства для распознавания гостей, меню планшета и системы бронирования таблиц и др.

В результате постоянных инноваций туристические фирмы улучшили качество своего обслуживания и предложили индивидуальный опыт путем прогнозирования потребностей клиентов, повышения лояльности посредством различных программ, расширения клиентской базы при одновременном снижении неиспользуемых мощностей и повышении эффективности и производительности.

Исследование инноваций в сфере туризма позволяют сделать соответствующие выводы об интенсификации развития внутреннего туризма в Российской Федерации и систематизировать важ-

нейшие направления развития сферы туризма по инновационному принципу. Так, основными направлениями развития сферы туризма в Российской Федерации на инновационных принципах являются:

- совершенствование информационных и коммуникационных технологий;
- формирование технологических платформ для развития сферы внутреннего туризма;
- стимулирование спроса современных туристов на инновационные туристические продукты, соответствующие современным тенденциям туристического рынка;
- создание новых видов туристических продуктов;
- использование новых туристических объектов или ресурсов, которые ранее не использовались;
- реализация новых или существенно улучшенных технологий в предоставлении туристических услуг;
- создание удобных средств поиска и донесения информации, сайтов, мобильных приложений и пр.;
- изменения в организации создания и реализации традиционного турпродукта;

– новые решения в цепочках поставок;
– внедрение и продвижение новых видов услуг (туры, маршруты, сотрудничество с авиаперевозчиками, гостиницами, ресторанами, посещение музеев через интернет и т. п.);

– исследования и выход на новые рынки сбыта туристической продукции.

Выводы. В результате исследования определена роль информационных технологий в системе разработки инновационных туристических продуктов с учетом новых вызовов, выделены основные тренды инновационного развития сферы туризма Российской Федерации. Применение инноваций является основным инструментом формирования туристического продукта. Востребованность его зависит от инновационных составляющих и возможностей туристической сферы, которые представлены разнообразием туроператоров и турагентов, формирующих отечественный туристический продукт.

Анализ инновационного развития в сфере внутреннего туризма позволил определить основные направления развития сферы туризма в Российской Федерации на инновационных принципах.

1. Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VII Международной научно-практической конференции (Республика Крым, г. Ялта, пгт Форос, 12–13 мая 2023 г.). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2022. – 436 с.

2. Киселева Е. В. Инновации в туризме / Е. В. Киселева // Теория и практика современной науки. – 2017. – № 4 (22). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-turizme-2> (дата обращения: 14.01.2024).

3. Миненкова В. В. Опыт функционирования туристско-информационных центров на Юге России / В. В. Миненкова, А. Г. Максименко // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2015. – № 1. – С. 54–60.

4. Бызова А. И. Инновации в туризме / А. И. Бызова // Вестник евразийской науки. – 2011. – № 2 (7). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-turizme-1> (дата обращения: 14.01.2024).

5. Давронов И. О. Экономическое влияние инноваций в индустрии туризма / И. О. Давронов // Наука, техника и образование. – 2019. – № 11 (64). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-vliyanie-innovatsiy-v-industrii-turizma> (дата обращения: 14.01.2024).

6. Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции: К 75-летию Крымского университета культуры, искусств и туризма (Республика Крым, г. Ялта, пгт Форос, 12–13 мая 2023 г.). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2023. – 480 с.

7. Туризм // Федеральная служба государственной статистики: [офиц. сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 14.01.2024).

8. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г.». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> (дата обращения: 14.01.2024).

9. Гордиенко С. В. Основные направления технологических инноваций в воспроизвод-

стве туристских продуктов / С. В. Гордиенко // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – Т. 11. – № 3. – С. 1197–1214.

10. Чимирис С. В. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации туристического продукта / С. В. Чимирис, В. В. Петрова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции: К 75-летию Крымского университета культуры, искусств и туризма (Республика Крым, г. Ялта, пгт Форос, 12–13 мая 2023 г.). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2023. – С. 105–110.

Innovative characteristics of the development of domestic tourism

In the article, the author develops the thesis that tourism is currently one of the most promising sectors of the Russian economy. At the same time, it is taken into account that modern challenges caused by the influence of political, economic, international and other factors stimulate the formation of new trends in innovative development in the field of domestic tourism of the Russian Federation. This study is aimed at solving a common question: how to use the current situation in order to develop domestic tourism on innovative principles.

Keywords: *innovation, innovative development, innovative technologies, tourism, tourist services, digitalization, tour operators, travel agents, innovative principles.*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА
В ОБЩЕКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

УДК 793.32:377

О. М. Минина, Е. С. Проскуракова

Гастроли итальянских трупп и их влияние на хореографическое образование в России

В статье анализируется влияние итальянских трупп и артистов балета на формирование и становление русского балетного театра. Автор представляет хронологию гастролей и прослеживает, как в результате практической и теоретической деятельности итальянских балетных педагогов классический танец становится дисциплиной со своей методикой преподавания.

Ключевые слова: хореографическое образование, итальянские труппы, техника танца, виртуозность, итальянские танцовщицы, Карло Блазис, Энрико Чекетти.

Введение. В наши дни российская система хореографического образования по праву считается одной из ведущих в мире. Она насчитывает почти трехсотлетнюю историю, включающую несколько этапов развития. Танцевальное образование в России испытывало взлеты и падения. Времена расцвета сменялись кризисами, прежде чем русский балетный театр стал гордостью и славой отечественной культуры. В XVIII–XIX веках престижно было приглашать в Россию иностранные труппы. Большой популярностью пользовались итальянские танцовщицы, благодаря которым техника танца усовершенствовалась, стала более динамичной и виртуозной. Все это отразилось на формировании отечественного хореографического образования.

Искусство балета постоянно развивается, что характерно и для эпохи становления русского балета. Отечественные танцоры многому научились у гастролирующих итальянцев. Лучшие итальянские педагоги работали в Москве и Петербурге. В Россию приезжали самые известные европейские звезды балета. Для них балетмейстеры создавали свои шедевры, а русские танцоры заимствовали у гастролирующих артистов лучшее и объединяли его с лучшими русскими традициями. «Русская школа в балете – абсолютно самобытное явление, как французская и итальянская, а момент взаимообогащения национальных культур отнюдь не следует приравнивать к слепому заимствованию и подражанию» [1, с. 29]. Балет в России за короткий промежуток времени стал лучшим в Европе.

Актуальность исследования определяется необходимостью анализа и систематизации материалов гастрольной деятельности итальянских трупп и приглашенных педагогов с целью выявления их влияния на хореографическое образование в России. *Цель* исследования – систематизировать последовательность гастрелей итальянских трупп и ведущих танцоров на петербургской сцене, выявить их влияние на отечественный балет и педагогику русской школы танца.

Изложение основного материала. На русской сцене хореографическое искусство появляется при царе Алексее Михайловиче. До этого на Руси существовали только национальные пляски, торжествовали скоморохи и шуты, разгульные песни, а «при великокняжеских дворах русских встречаются и специальные плясицы, представлявшие собою один из видов скоморошества» [6, с. 59].

Реформы Петра I сыграли существенную роль в становлении балета и хореографического образования в России. В отличие от театра Алексея Михайловича, созданного исключительно в увеселительных целях, театр Петра I стал общедоступным, царь ставил перед ним широкие просветительские задачи. Преподаватель танцев, танцмейстер, вскоре становится одной из востребованных фигур в новом русском дворянском обществе. Приближенные царя выписывали учителей танцев из-за рубежа. Обязанности танцмейстера не ограничивались преподаванием танцев: он должен был также воспитывать своих учеников, учить правилам европейского этикета. Царь ввел преподавание балльных танцев как обязательный предмет в казенных учебных заведениях, тем самым подчеркнув государственное значение подобного начинания.

В 1718 году Пётр I издает знаменитый указ об ассамблеях, сыгравших важную роль как в жизни русского дворянского общества, так и в истории русского балета. Так, петровские ассамблеи положили начало публичным балам. Согласно указу, придворным вменялось

в обязанность поочередно устраивать у себя на дому открытые собрания, на которые должно было съезжаться петербургское общество и проводить время в беседах, танцах, игре в шахматы и шашки. Крепостным вход на ассамблеи был запрещен.

В 1736 году в Россию приезжает первоклассная итальянская оперно-балетная труппа, которой руководил композитор Ф. Арайа. Балетмейстером и первым танцовщиком в этом коллективе стал венецианец Антонио Ринальди, прозванный *Фоссано*, танцовщицы Джулия Ринальди, Тонина Константини (Ринальди) и еще несколько танцовщиков. Артистическая деятельность Фоссано началась в 1730-х годах в Венеции, где он зарекомендовал себя не только как хороший гротесковый танцовщик-виртуоз, обладавший блестящей техникой, и яркой индивидуальностью, но и как сочинитель комических балетов. Выдающийся Жан Жорж Новерр в книге «Письма о танце», в шестом письме курса учения балетмейстера, упоминал Фоссано «...как превосходного комического танцора, принесшего во Францию страстное увлечение прыжками» [5, с. 115]. Приехавшая труппа, в которую входили ведущие артисты, не имела в своем составе хора и кордебалета, что делало невозможным постановку ею спектаклей. Однако выход из положения был найден – в качестве артистов хора привлекли церковных певчих, придворной капеллы, а обязанности кордебалета передали кадетам шляхетного корпуса. Первым спектаклем итальянского оперно-балетного театра стала опера «Сила любви и ненависти».

4 мая 1738 года в России была открыта государственная балетная школа, в которой обучались только русские – представители из народа, бережно хранившие традиционные эстетические установки в искусстве танца. Вера Красовская в книге «История русского балета» так описала выступления русских учеников в балетах Фоссано: «К тому времени русский театр располагал выучениками Ланде, которые быстро

восприняли искусство гастролеров, добавив к размеренной плавности французской школы виртуозные трюки итальянского танца [3, с. 14].

В 1753 году Фассано ангажировал по распоряжению администрации несколько артистов, в том числе балерин Фабиани и Коломба и танцовщиков Тордо и Фабиани, – все они имели успех.

В 1757 году в Петербург приехал *Джиованни Локателли*. Он привез итальянских певцов и певиц для оперы-буфф и балетную труппу, пользовавшуюся высокой репутацией в Европе. «Про балетную труппу Локателли академик Штелин говорит, что она отличалась превосходным вкусом и новейшими изобретениями. Иностранцы будто бы говорили, что лучших артистов, чем у Локателли, в Европе видеть нельзя, и что они не уступают ни в чем славным итальянским и парижским» [6, с. 72]. В 1759 году антреприза Локателли закончилась, а лучшие певцы и танцовщики перешли на придворную сцену.

Достойным преемником Джиованни Локателли в Петербурге стал *Гильфердинг*, талантливый балетмейстер двора римского императора, присланный венским двором в 1759 году из желания угодить императрице Елизавете и «для улучшения петербургского балета и введения в нем нового вкуса» [6, с. 74]. В 1765 году Гильфердинг уехал из России, а на следующий год в Петербург приехал его ученик и последователь Гаспаро Анжиолини (1731–1803).

Гаспаро Анжиолини родился во Флоренции, хореографическое образование получил в Северной Италии. Будучи отличным танцовщиком, он обладал литературным талантом и профессиональными музыкальными знаниями, сочетая в себе исполнителя, постановщика, либреттиста и композитора.

Приехав в Россию, Анжиолини, опираясь на опыт, приобретенный им при венском дворе, сумел быстро понять интересы русского придворного общества. В 1767 году в Москве он, изучив народные пляски и песни, поставил балет «Забавы о святках», исключитель-

но на основе русского национального танца. Для этого спектакля Анжиолини написал и музыку, широко используя русские народные мелодии. Ставя балеты мифологического содержания, такие как «Побежденное предрассуждение», «Оставленная Дидона», «Ариадна и Тезей», Анжиолини допускал только танец, вытекающий из действия.

Ведущим в балетах того времени продолжал быть мужчина, балетный костюм которого подвергся некоторым изменениям. Обязательные прежде «бочонки» танцовщиков постепенно уступали место «историческому» костюму в стиле барокко. Высокий парик был заменен бытовым – с буклями и косичкой; высота каблуков заметно уменьшилась. Танцовщицы сменили стесняющие их движения «корзины» на широкие укороченные юбки без кринолинового каркаса. Женщины чаще стали появляться без парика, каблуки их туфель стали ниже. Изменения в костюме придали женскому танцу большую легкость.

Однако Анжиолини мало внимания обращал на школу, и уровень преподавания в ней снизился. Это объясняется тем, что мастер в своей деятельности опирался преимущественно на иностранцев, отодвигая русских на второй план. Из стен школы перестали выходить исполнители, способные соперничать с иностранцами. Содержание иностранных артистов стоило очень дорого, а качество подготовки дешевых русских исполнителей, способных их заменить, было очень слабым. Все это заставило правительство обратить серьезное внимание на школу и в 1783 году выписать из-за границы итальянского артиста балета.

Иосиф Канциани был воспитанником итальянской школы, талантливым актером пантомимы, превосходным танцовщиком и выдающимся балетмейстером. Уже в первый год работы его ученики показали отличные результаты, и Канциани был переведен в штатные преподаватели. В обязанности Канциани входило обучение и воспитание учащихся так, чтобы в будущем они могли

заменить иностранцев. «По 5–6 часов ежедневно он проводил в занятиях с учениками и достиг того, что русская балетная школа стала равноценной лучшим школам Запада» [8, с. 59]. Иосиф Канциани сумел исправить положение в Петербургской школе, воспитать новые, более подготовленные кадры русских артистов балета. В 1786 году Канциани назначен балетмейстером в Петербурге. Он был последователем Жана Жоржа Новерра и призывал к тому, чтобы танец стал действенным, осмысленным и эмоционально выразительным: танцовщик должен быть актером, а не только исполнителем трудных движений. Канциани преподавал в течение 8 лет по новой методике, «...как бы сбрасывал с лиц своих учеников застывшее выражение – маски, с которыми их учили держаться раньше. Под его руководством ученики, танцуя, оживали» [8, с. 59]. Канциани был сторонником длительного, усердного, глубокого обучения одной стороне профессии.

Одним из выдающихся его учеников стал Иван Иванович Вальберх – первый русский балетмейстер и педагог, заложивший основы самоопределения русского балета.

И. И. Вальберх был зачислен в театр солистом. Обычно русских танцовщиков принимали на второстепенные должности. Вальберх, очень любимый публикой, смог выработать собственную манеру исполнения. Театральный критик и балетовед Юрий Слонимский отмечает: «Он взял от своих учителей Анджолини и Канциани приемы телесной, мимической выразительности, грубую, но эффективную эксцентрическую виртуозность, восходящую по традициям к итальянской комедии дель-арте» [7, с. 9].

В 1780 году на службу в дирекцию петербургских императорских театров поступил *Антонио Казасси*. В 1801 году в Санкт-Петербурге, на месте нынешнего Александринского театра, он построил деревянный театр, в котором содержал итальянскую оперную труппу. Отталкиваясь от собственного опыта в итальянской школе танца, он считал,

что каждый воспитанник должен одновременно обучаться танцам, актерскому мастерству, вокалу, игре на музыкальных инструментах. Заслугой Казасси стало то, что он предложил первое упорядоченное расписание занятий, которое включало: изучение русского языка, танцев, музыки, актерского мастерства, французского языка. Однако на эти неравноценные в подготовке артиста балета предметы выделялось равное количество времени – по два часа.

В Москве ощущалась необходимость постоянного публичного театра. При Московском университете с 1756 года было введено изучение танцев под руководством хореографа *Максимова*. Позднее были организованы классы изящных искусств, которые готовили воспитанников к театральным выступлениям в университетском театре. В 1773 году в Воспитательном доме было введено изучение театрального искусства, а вскоре открылся учебный театр. Для преподавания пригласили итальянского учителя танцев *Филиппо Беккари*, ранее преподававшего в Вене. В Москве ему доверили обучать 60 детей в танцевальном классе.

В 1778 году в Москве, в Воспитательном доме, стал преподавать танцовщик и балетмейстер *Леопольд Парадиз*, приехавший из Вены. После него в 1784 году на должность преподавателя танцев приглашен итальянец *Франц Морелли*, балетмейстер театра Меддокса, хореограф *Филипп Тальони* и его дочь *Мария Тальони*, принадлежавшие к династии итальянских мастеров балета. «Тальони – один из величайших поэтов нашего времени. Это гений – если мы согласимся понимать под эти словом способность, доведенную до своих крайних пределов, – в той же мере, как лорд Байрон или г. де Ламартин; у нее мы видим круговые движения ног и колебания рук, которые стоят длинных поэм», – писал балетный критик Теофиль Готье [4, с. 478]. Балетмейстер Тальони одинаково превосходно знал итальянскую и французскую танцевальные школы и оставался строгим наставником дочери

всю ее артистическую деятельность. На сцене Парижской оперы Мария Тальони приобрела мировую славу, исполнив главную роль в романтическом балете «Сильфида». Ее техника была отточена до такой степени совершенства, когда приходит полная творческая свобода в танце, а зритель забывает о сложности исполнительских задач. Мария Тальони дебютировала на петербургской сцене в «Сильфиде» в 1837 году. Филипп и Мария Тальони работали в России до 1842 года и за это время показали на сцене петербургского большого театра все основные свои балеты.

В 1850 году в Петербурге в балете «Жизель» дебютировала *Карлотта Гризи*. Это была балерина, одаренная легкостью, с блестяще разработанной техникой, очаровывавшая необыкновенной женственностью и изяществом. В ее танце – чистота и законченность, твердость носка и округленность движений.

Большой известностью в Европе пользовалась *Фанни Черитто*, отличавшаяся классическим сложением и прекрасными формами. В Россию приехала на закате своей карьеры, имела наибольший успех в характерных южных танцах, исполняя их очень увлекательно. Балерина танцевала в балетах «Мечта художника», «Маркитанка», «Мраморная красавица», последние два поставлены для нее бывшим мужем, балетмейстером Артуром Сен-Леоном.

Карло Блазис приехал в Москву в 1861 году и занял место балетмейстера в театре и преподавателя танцев в училище. Здесь он написал свою последнюю книгу «Танцы вообще, балетные знаменитости и национальные танцы», в 1864 году опубликованную на русском языке. Он отрицал танец ради танца, считал важным изучение народных танцев для усиления выразительности классических танцев, требовал совершенной танцевальной техники, при этом ценя и раскрывая индивидуальность каждого ученика. «Балет – это панорама, которая иногда может, так сказать, назваться одною из страниц истории человечества», – писал К. Блазис [2, с. 52].

В 1858 году в Петербург приезжает *Амалия Феррарис*, дебютировавшая в новом балете Перро «Эолина, или Дриада». Ее техника доведена до совершенства, движения необыкновенно смелы, лицо симпатичное и очень выразительное. Амалия Феррарис первая из танцовщиц показала на петербургской сцене достижения итальянской балетной школы.

В возрасте 36 лет в Россию приглашена *Каролина Розатти*. В 1859–1862 годах она выступает в Петербурге на сценах императорских театров в балетах. Карло Блазис так описывал ее: «Игра ее точна, она всегда правильна, легка, кокетлива и мила, ее *pas terre-a-terre* и на кончиках пальцев безукоризненна. Манера ее танцев, так сказать, так же эротична, как и поэзия Овидия и Парни. Мимика ее хорошо обдумана, изящна и выразительна» [2, с. 149]. Молодой Мариус Петипа специально для бенефиса Розатти сочинил партию Аспиччии в балете «Дочь фараона» на музыку Пуни.

Пятнадцать лет с момента приезда *Вирджинии Цукки* в Санкт-Петербург в 1885 году и до прощального вечера с русской столицей *Пьерины Леньяни* в 1901 году принято считать итальянским периодом. Вирджиния Цукки (1849–1930) родилась в Парме и начала учиться танцам с семи лет у Корбета и Ромачини. Она была очень популярна в Европе, повсюду выступала с громадным успехом. В Петербурге балерина всех поразила своим увлекательным, смелым, грациозным и кокетливым исполнением.

Карлотта Брианца (1867–1930) – итальянская танцовщица, выступавшая в России в 1887–1891 годах. Стала первой исполнительницей принцессы Авроры в балете Петипа «Спящая красавица» в 1890 году. Была очень виртуозна, обладала техничным вращением.

Пьерина Леньяни (1863–1923) – выдающаяся итальянская танцовщица, на сцене Петербурга первой исполнила 32 фуэте. Стала первой исполнительницей главных партий в балетах «Лебединое озеро», «Золушка», «Раймонда» и др.

Энрико Чекетти противопоставил академическому аристократизму мужского танца в петербургском балете новую, более живую исполнительскую манеру. Мужественность танца была не столько художественной задачей артиста, сколько следствием виртуозности его танца, ибо виртуозность предполагает стремительность и силу. Но как и искусство итальянских танцовщиц, исполнительство Чекетти оказалось своего рода рычагом, поднявшим дремлющие силы русского балета. Энрико Чекетти открыл свои классы в Петербурге. У него совершенствовались Анна Павлова, Вера Трефилова, Ольга Преображенская, Матильда Кшесинская, Тамара Карсавина, Вацлав Нижинский, Михаил Фокин, Агрипина Яковлевна Ваганова и др.

Итальянские танцовщицы пользовались большой популярностью в Европе, и дирекция театров Петербурга и

Москвы часто заключала с ними контракты. Так, в России работали звезды европейской сцены – Мария Джури, Джованнина Лимидо, Эмма Бессоне, Елена Корнальба, Луиджия Альджизи, Ирэнэ Сирони, Антониетта Дель-Эра, Пальмира Полинни, Лина Кампано, Антониетта Ферреро, Чечилия Черри. Каждая оставила свой след в развитии отечественной танцевальной техники.

Выводы. За короткий промежуток времени система хореографического образования в России усовершенствовалась, а русская балетная школа обрела свои черты и самобытность. Благодаря гастрольной деятельности итальянских трупп, а также работе их педагогов и балетмейстеров в России русские артисты балета стали свободно пользоваться техническими приемами зарубежных школ, подчиняя их своим национальным художественным установкам.

-
1. Бахрушин Ю. А. История русского балета / Ю. А. Бахрушин. – Москва: Просвещение, 1973. – 255 с.
 2. Блазис К. Танцы вообще. Балетные знаменитости и национальные танцы / К. Блазис. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2008. – 352 с.
 3. Красовская В. М. История русского балета / В. М. Красовская. – Ленинград: Искусство, 1978. – 231 с.
 4. Левинсон А. Я. Старый и новый балет / А. Я. Левинсон. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2008. – 560 с.
 5. Новерр Ж. Ж. Письма о танце / Ж. Ж. Новерр. – Санкт-Петербург: Лань, 2007. – 384 с.
 6. Плещеев А. А. Наш балет / А. А. Плещеев. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2009. – 576 с.
 7. Слонимский Ю. И. Петербургские Мастера Балета XIX столетия / Ю. И. Слонимский. – Москва: Искусство, 1937. – 254 с.
 8. Филановская Т. А. История хореографического образования в России / Т. А. Филановская. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2016. – 320 с.

Tours of Italian troupes and their influence on choreographic education in Russia

The article analyzes the influence of Italian troupes and ballet dancers on the formation and formation of the Russian ballet theater. The author presents the chronology of the tour and traces how, as a result of the practical and theoretical activities of Italian ballet teachers, classical dance becomes a discipline with its own teaching methodology.

Keywords: *choreographic education, Italian troupes, dance technique, virtuosity, Italian dancers, Carlo Blasis, Enrico Cecchetti.*

Л. В. Федечко

Обобщение педагогического опыта по формированию нравственной культуры студентов творческих учебных заведений

Статья посвящена проблеме формирования нравственной культуры студентов творческих учебных заведений, важной составляющей образования и развития личности, особенно в контексте современного общества третьего тысячелетия. Рассматриваются психолого-педагогические аспекты формирования нравственной культуры, а также ее значение для современного общества. Основное внимание уделяется роли творческих учебных заведений в формировании нравственных ценностей студентов.

Ключевые слова: культура, нравственная культура, нравственные ценности, эстетическое воспитание, психологические аспекты, педагогические аспекты.

Введение. Политические и социальные процессы, происходящие в стране, направленные на утверждение демократических принципов развития государства, обуславливают необходимость соответствующих изменений во всех сферах, в том числе и в области образования, культуры, составной частью которой является воспитание нравственной культуры студентов.

Цель данной статьи – изучение роли нравственного воспитания в становлении личности студента творческого учебного заведения.

В Луганской Народной Республике сегодня кардинально меняется содержание образования. Кроме текущего совершенствования, осуществляется перспективная работа – создание государственных образовательных стандартов для всех уровней образования. Они должны стать основой единого образовательного пространства государства,

гарантом качественного образования в учебных заведениях. Современное образование должно иметь опережающий характер, быть гибкой, открытой системой, обеспечивать возможности для духовного, интеллектуального, физического развития всех граждан. Ее преобразующая роль постепенно должна сформировать общество, которое постоянно учится. Как отмечал философ начала XX века П. Сорокин, «...ни одно, даже самое стабильное и традиционно ориентированное общество не несет в себе гарантий постоянства культуры. Культура «выращивается» заново каждым новым поколением... Она может быть уничтожена очень легко».

Изложение основного материала. Определим три основных процесса культуры:

- трансляция (передача элементов культуры от одного человека к другому);
- реализация (регулярное воспроиз-

ведение в виде устойчивой конфигурации социальной жизни);

– ассимиляция новизны («окультуривание» того нового, что появилось в социальной жизни через проявления творческих возможностей человека).

Образование выступает как основной механизм трансляции культуры общества и «окультуривания» новизны. Иначе говоря, образование должно постоянно воспроизводить существующую культуру и создавать новую культуру, например, особых типов образованных людей, образов жизни. Эти процессы «генетически» способствуют стабилизации, улучшению жизни общества и прогрессивным изменениям.

Поэтому образование может быть рассмотрено как ген, который обеспечит воспроизведение и прогрессивное развитие социальной жизни. Именно нравственная культура воплощает в себе все ценности ориентации человечества на современном этапе его развития; приобщение к нравственной культуре способствует усвоению индивидом прогрессивных ценностных ориентаций.

По мнению Е. Фрадлиной, нравственная культура есть одно из подразделений духовной культуры общества, выполняющее нормативно-регулятивные функции по отношению ко всем сферам общественной жизни и играющее огромную роль в обеспечении внутреннего единства, целостности и равновесия общества как специальной системы. Нет единой точки зрения на структуру нравственной культуры. Общее, что их объединяет, – это система нравственных ценностей [4, с. 114].

Формирование нравственной культуры студентов является сложным и многогранным процессом, требующим внимания со стороны психологов и педагогов. Психологические аспекты включают изучение моральных ценностей, развитие эмпатии и способности к моральному выбору, а педагогические включают методы и приемы, которые помогают студентам осознать важность нравственных норм и правил.

Сегодняшний день требует от высшей школы скорейшего перехода к подготовке специалистов качественно нового типа. Это вызывает коренную перестройку системы воспитания подрастающего поколения.

А. А. Бодылев в книге «Вершина в развитии взрослого человека: характеристики и условия достижения» подчеркивает, что развитие у человека высокого профессионализма, специфических профессиональных способностей, конкретных знаний и умений в значительной мере зависит от развития у него общих способностей и превращения общечеловеческих ценностей в его собственные ценности, что означает нравственную воспитанность личности [1, с. 54].

Целенаправленное повышение культуры общества – не самоцель, а необходимое условие формирования гармоничной личности, дальнейшего укрепления материальных и духовных основ современной жизни, преодоления негативных явлений, которые нашли отражение в девальвации социальных и нравственных ценностей, падении интереса к общественным делам, в проявлениях бездуховности и скептицизма. В этом контексте чрезвычайно важной является проблема поиска новых ориентиров в процессе воспитания, новых подходов к формированию социокультурных ориентаций молодежи. Это предполагает качественно новое содержание воспитательной работы, повышение ее эффективности.

Действенными предпосылками включения молодежи в процесс развития государственности является формирование ее общественного сознания, национального менталитета, подъем патриотического духа. При рассмотрении воспитания как системы необходимо исходить из того, что воспитание – составная часть социальной жизни, которая, в свою очередь, также представляет собой динамическую систему. Умение принимать решение связано с высокой культурой человека, сформированной на основе различных знаний из многих областей: науки и техники, философии, эстети-

ки, этики. Задача каждого специально-го предмета высшей школы – развивать умение студентов, создавать основу их ответственного поведения в настоящем и будущем. Нравственное поведение развивается и закрепляется в процессе учебно-воспитательной работы и связан с усвоением личностью знаний, составляющих фонд культуры человечества, знаний всего того, что дает человеку общество, коллектив, взрослые, родители, преподаватели, а также всего, что происходит в нашей жизни.

В нашем учебном заведении формируются будущие специалисты культуры. Опыт воспитательной работы преподавателей и кураторов, качество педагогического мастерства которых высоко, имеет личные, созданные в процессе работы формы и методы воспитания. Но мысль о главном – духовном и нравственном воспитании, совершенствовании эстетического и художественного воспитания студентов – является основной проблемой для каждого педагога. Неотъемлемая часть концепции воспитания – эстетическое и художественное воспитание, которое присутствует в любом направлении воспитательной работы: патриотическом, трудовом, физическом или нравственном.

В настоящее время это необходимо в связи с тем, что значительно снизился интеллектуальный уровень определенной части населения, в том числе и студенческой молодежи. Наши будущие выпускники должны не только организовывать досуг населения, развивать художественную самодеятельность, но и проводить в художественных коллективах учебно-воспитательную работу, которая предусматривает духовное, эстетическое, нравственное воспитание, повышение культурного уровня, то есть они должны вести культурно-просветительскую работу.

За время существования человеческой цивилизации проблемы культуры всегда имели первоочередное, ведущее значение прежде всего потому, что культура всегда была мощным фактором социального развития, отражала каче-

ственную характеристику общественной жизни. Основное в смысле культуры – не вещи, а человек, общество. Все ее виды – культура производства, культура управления, политическая культура, морально-эстетическая культура, культура межличностных отношений, экологическая и т. д. – образуют единое целое как формы существования и развития человеческой природы, а значит, – общества. Культура пронизывает нашу жизнь от основ материального производства и элементарных человеческих потребностей до величайших проявлений человеческого творчества. Она влияет на все сферы общественной и индивидуальной жизнедеятельности – труд, быт, досуг, мышление, образование, практическую деятельность, этику, этикет.

По мнению Л. С. Выготского, общее направление в изучении художественного восприятия заключается в переходе от формы художественного произведения через функциональный анализ ее элементов и структуры к воссозданию эстетического переживания и установлению общих законов. Ученый отмечал, что художественное восприятие – это своего рода «творческая деятельность», «сложная и трудная умственная работа» [2, с. 33].

Несмотря на овладение специальностью, выпускник высшего учебного заведения XXI века должен быть прежде всего субъектом современной культуры, носителем высокой морали и социальной активности. Работники культуры являются «проводниками» между произведениями культуры и искусства с одной стороны, и их потребителями – зрителями, слушателями, читателями, посетителями – с другой. Деятельность специалиста сферы культуры связана с созданием духовно-нравственных ценностей, введением новых технологий, обеспечивающих социально-культурный прогресс [3, с. 5].

Выводы. Формирование нравственной культуры студентов творческих учебных заведений имеет важное значение для развития общества в третьем

тысячелетии. Психолого-педагогические аспекты формирования нравственной культуры студентов творческих учебных заведений требуют серьезного изучения, и творческие учебные заведения должны активно участвовать в формировании нравственных ценностей у студентов.

В эпоху информационных технологий и быстрого обмена информацией важность нравственных ценностей и

нравственной культуры становится все более очевидной. Творческие же учебные заведения играют важную роль в формировании нравственных убеждений и ценностей у студентов. Студенты творческих учебных заведений имеют дело с искусством и культурой, с их моральными аспектами. Поэтому важно обучать студентов анализу и критическому восприятию искусства с точки зрения нравственных норм.

-
1. Бодалев А. А. Вершина в развитии взрослого человека: характеристики и условия достижения / А. А. Бодалев. – Москва: Флинта: Наука, 1998. – 168 с.
 2. Выготский Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. – Москва: Юрайт, 2019. – 414 с.
 3. Журавлева Е. А. К проблеме формирования профессиональной готовности специалиста культуры / Е. Н. Журавлева // Специалист культуры XXI века: профессионализм, творчество, духовность: материалы межвуз. науч.-практ. конф. каф. педагогики и психологии (Москва, 23 апреля 2001 г.). – Москва, 2001.– Москва, 1998. – С. 5–7.
 4. Фрадлина Е. М. Моральная культура общества / Е. М. Фрадлина. – Волгоград, 1994. – 118 с.

Generalization of pedagogical experience in the formation of moral culture of students of creative educational institutions

The article is devoted to the problem of forming the moral culture of students of creative educational institutions, an important component of education and personal development, especially in the context of modern society of the third millennium. The psychological and pedagogical aspects of the formation of moral culture, as well as its importance for modern society, are considered. The main attention is paid to the role of creative educational institutions in the formation of moral values of students.

Keywords: *culture, moral culture, moral values, aesthetic education, psychological aspects, pedagogical aspects.*

УДК 7.01+7.067.26:93/99

Е. Е. Бородина

«Правильная красота». Костюм как главный визуальный атрибут имиджа современника XXI века

В статье анализируется специфика становления эстетических идеалов красоты в разные эпохи, прослеживается формирование профессиональных компетенций дизайнеров наших дней посредством изучения ими канонов и создания собственного позитивного имиджа. Автор приходит к выводу, что развитие изобразительного и декоративно-прикладного искусства не имеет линейного характера, идеалы формируются отнюдь не за год.

Ключевые слова: канон, линейка красоты, визуальный атрибут, имидж, художественный образ и стиль.

Введение. Актуальность проблемы исследования обусловлена запросами времени, когда утрата классических норм, ориентиров и критериев привели к эстетизации уродства, гримасам постмодернизма, повороту к мистике, эзотерике, токсичным инверсиям. Формирование уникальных эстетических идеалов красоты у разных народов можно сравнить с идеей планетарного детерминизма, высказанной впервые Плутархом, который увязал формы жизни с условиями обитания людей. При этом история искусства, костюма и моды хороша своей визуальной убедительностью. Если мы развернем «линейку красоты Навуходоносор – Зомби-бой», то радикальную трансформацию представлений о мужественности и женственности останется только зафиксировать и озвучить. Условия развития современ-

ного образовательного процесса позволяют нам это сделать.

В ходе работы над прошлогодним масштабным проектом «Глаголь Добро» нам попала фраза Петра при открытии Кунсткамеры (1727) о важности культуры и следующее уточнение: «Необходимо дабы каждый гражданин увидел, что не со вчерашнего дня культура у нас началась» [14]. Мы задумались о «правильной красоте», канонах в изобразительном искусстве, костюме и моде, о закономерностях и случайностях, формировавших эстетические идеалы красоты человечества.

Вспомним известную поговорку о том, как по одежке встречают, и вывод социологов наших дней, что костюм остается одним из главных визуальных атрибутов имиджа, и роль простой «одежки» приобретает иные очертания.

Постановка проблемы. Так что же люди вкладывали в понятие «правильной красоты», как одежда стала костюмом, когда появились каноны красоты и какой предмет должен вооружить наших студентов необходимыми знаниями? К счастью, остался предмет «история костюма», который и дает возможность развернуть линейку красоты и всего за полгода пробежать по базовым художественным стилям и известным канонам [3].

В эпоху постмодерна, всеядности и тотальной эклектики цитаты из исторического костюма не просто допустимы, они стали одной из форм существования моды. Блестящая наживка фальшивого гламура заменила собой рыцарские латы, смешалось высокое и низкое, аристократическое и простонародное, возможное и невозможное. Да и сами студенты III тысячелетия до такой степени не похожи на нас, что кажется, нет общих точек соприкосновения – все идеалы, точки отсчета и системы ценностей другие. Фэшн-дизайн в эпоху тотальной тревожности обращается к иным эстетическим идеалам. В этой связи важной дизайнерской и преподавательской задачей представляется необходимость объяснить, что в области моделирования костюма основным средством выражения идеи по-прежнему остается пропорциональная и цветовая гармония, рассказать, показать и профессионально проанализировать примеры «правильной красоты», оставшиеся воплощенными идеалами гармонии в истории человечества. От Нефертити до Натальи Гончаровой, воспетой Пушкиным как «гений чистой красоты» .

Изложение основного материала. История искусства, костюма и моды хороша своей визуальной убедительностью. Если мы развернем «линейку красоты Навуходносор – Зомби-бой», то радикальную трансформацию представлений о мужественности и женственности останется только зафиксировать и озвучить.

Напомним, что вплоть до середины XIX века ученые, художники, писатели основное внимание уделяли представи-

телям сильного пола – мужчинам [7]. Все пропорциональные схемы и различные измерения (длин и объемов) велись на базе изучения анатомических особенностей мужской фигуры. В роли идеальных героев побывали цари и боги, победоносные завоеватели, мореплаватели и художники, христианские мученики, ренессансные ученые и монахи-иконописцы. И очень нескоро в табели о рангах появились роковые красавицы, преданные жены, трогательные возлюбленные и добродетельные матери. Формирование уникальных эстетических идеалов красоты у разных народов можно сравнить с идеей планетарного детерминизма, высказанной впервые Плутархом, который увязал формы жизни с условиями обитания людей [11].

А костюм, выполняя особую роль в формировании впечатления о человеке, был и остается одним из главных атрибутов имиджа. При этом полным и убедительным костюмом современники считали и лаконичную льняную драпировку на бедрах, и многокилограммовую парчовую ризу на плечах князя церкви, и расшитый самоцветами коронационный наряд монарха [9].

Уже в середине XV столетия на основе сложных ритуалов и изысканных гротескных костюмов придворной аристократии Бургундского герцогства формируется и визуализируется такой грандиозный социокультурный феномен, как мода. Появляются общепризнанные образцы «правильной красоты», роль эстетической и знаково-символической функции аристократического костюма достигает олимпийских высот [10].

Сегодня очевидно, что мода – не случайная виньетка истории, не прихоть отдельных экстравагантных личностей. Мода – образ времени в социальном контексте, возможность воспроизведения идеала эпохи; изменчивость, цикличность идей и элементов костюма. Значимость события до сих пор откликается в названии. Мы по-прежнему говорим во множественном числе: бургундские готические моды. А образы первых икон стиля и костюм эпохи го-

тики являются незыблемым канонам. К примеру – «принц на белом коне» и Прекрасная дама.

Осталось ли актуальным значение канона красоты? Что мы понимаем под канонам сегодня? Канон в изобразительном искусстве – это совокупность твердо установленных правил, определяющих в художественном произведении нормы композиции и колорита, систему пропорций, иконографию данногo типа изображения [4].

Каждая эпоха искала формулу своей «правильной красоты». Зачастую она не только не коррелируется с нашей, но кажется, будто речь идет о жителях другой планеты! А какие творческие выводы делают наши студенты... Показательно, что для большинства из них полной неожиданностью является тот факт, что Ивану-царевичу, Одиссею, д'Артаньяну, капитану Грею, коту Леопольду предшествовал герой древнейшей цивилизации – ассирийский царь Гильгамеш [8]. Первый эпический герой первого эпоса на земле. А три грации – это не только чугунные девицы в Гагаринском парке в Симферополе, но и символы невинности, красоты, любви.

Но глубоко проанализировать все системные изменения имиджевой роли костюма мы в рамках этой статьи не сможем. Важно подчеркнуть, что большинство известных правителей вопрос о «правильной красоте» считали вопросом государственной важности. Назовем их «короли-дизайнеры». Карл Великий издавал грозные законы против роскоши, Людовик XIV, Король-Солнце, лично спроектировал свою и придворную парадную униформу, ввел «жюстокор по привилегии», наградной эполет и сезонную смену одежды. Более того, ему удалось сформировать ансамбль будущего мужского костюма-тройки на века: пиджак-жилет-брюки [7].

Но и без курьезов в этой области не обошлось. При Наполеоне Революционным Конвентом Франции был принят закон, запрещающий женщинам появляться в общественных местах в брюках. Парадоксально, но в самой модной

стране одиозный закон просуществовал более двух столетий (с 1800 г.) и был отменен только в 2013 году. Всего одиннадцать лет назад парижанки получили официальное разрешение носить брюки. Отметим этот курьез как классический пример борьбы вокруг «конфликтной» вещи, будь то американские блузерсы, французские кюлоты, костюмные брюки или джинсы.

Известны всем всеобъемлющие нововведения нашего реформатора, Петра Великого. Налог на бороду Петр I установил в 1698-м, в 1700-м году подписал новый указ, по которому дворянам, боярам, купцам и служилым всех чинов предписывалось носить европейское платье. А образы женщины допетровской Руси и красавицы XVIII века разнятся между собой, как жители разных стран.

Екатерина II, Павел I, Николай I тоже придавали огромное значение внешнему виду своих подданных [6]. Последняя императорская чета – Николай и Александра – вошли в историю русской культуры еще и как инициаторы первого в России бала в стиле ретро «Сон из прошлого» в 1903 году. Образцом для подражания стали персоны царя Алексея Михайловича, его супруги и двора. Участники бала тоже стали своеобразным канонам и вошли в историю и быт россиян в виде карточных персон.

Еще в эпоху Ренессанса ученые, философы писали трактаты, где буквально вычисляли параметры «правильной красоты». Причем уже не только мужской, но и женской [2]. Общеизвестны каноны Леонардо, Микеланджело, Дюрера. И далее каждая эпоха, каждый художественный стиль привносили свои дополнения и уточнения. А художники в своих великих произведениях запечатлевали новые каноны.

Каждую эпоху, повторим, нужно анализировать отдельно. Но в рамках статьи придется сделать большой скачок во времени и отметить, как обострился вопрос о параметрах красоты в начале прошлого столетия на фоне фундаментальных открытий в области точных наук. И вновь необходимо обратиться

внимание на подзабытую связь науки и искусства: великие шедевры искусства закономерно возникают параллельно с научными открытиями.

Особенно остро вопрос встал в 20-е годы XX века, когда был изобретен калибратор красоты [12]. Век, сотрясаемый войнами и революциями, открыл новые грани правильной красоты, причислив к ним «неправильную», даже порочную. Впервые эстетизация безобразного обретает статус равноправного художественного течения.

Возможности, функции костюма не только как одежды, но и знаково-символического объекта вновь изменились и расширились. Дизайн одежды, как известно, самое чувственное направление дизайна. Ни один вид искусства, культуры, промышленного производства не связан так тесно с человеком, его физиологией, образом жизни, как мода [10]. Мы уже выяснили, что в истории человечества мода стала значительным социокультурным феноменом. Добавим, что это – исторический процесс, и по состоянию моды можно судить о многих других процессах, происходящих в стране и в мире. В том числе и о градусе социальной напряженности.

В 1970-х, 1980-х, начале 1990-х годов художники по всему миру словно заново этот мир открывают [1]. Сама жизнь, будто сорвавшись с рельсов реальности, устремилась к фантастике, многозначности, двойным-тройным подтекстам, инверсиям. Видя противоречия, контрасты эпохи «разорванного сознания», понимая неизмеримую сложность грядущих изменений, художники стремились не только изобразить видимый мир, но и постичь невидимые смыслы. Не случайно в наши дни культурно-художественное пространство XX века принято размещать между двумя революциями в искусстве: появлением «Черного квадрата» Малевича в начале века и цифровой графики в конце.

А тем временем одежда как сфера фэшн-дизайна все дальше уходит от своего прямого предназначения: защищать и украшать владельца. Она становится интерактивным концептом, интеллек-

туальным ответом человека на постоянный поток информации и изменений [13]. Отсюда – усиление значимости социальной, символической и информационной функций современного костюма. Единого для всех и общепринятого образца, канона давно не существует, а тенденции моды меняются дважды в году, что мы и отслеживаем профессионально на сезонных дефиле, показах Домов высокой моды. В противовес мелькающим образам на Неделях моды возникают новые направления: нишевого дизайна, нормкора, активизируется интерес к классическому ассортименту, позволяющему выглядеть стильно, не гонясь за ежегодными новинками.

Выводы. Мода по-прежнему интересуется искусством, музыкой, историей. Обдумывая концепции дефиле, дизайнеры вспоминают о Жанне д'Арк и гейшах, обращаются к эдвардианской эпохе, вальсам Шопена и сюрреалистическому искусству, уточняют, надо ли «таскать на себе мужчину» и есть ли перспектива у моделей на седьмом десятке [15].

В теории дизайна существует «возвратно-поступательный цикл», в рамках которого происходят закономерные колебания от графически острой, брутальной формы – к гибкой и пластичной [5]. В изменении чувственных, интеллектуальных предпочтений, в том числе в формировании новых канонов, трансформации также закономерны и неизбежны. В этом смысле кажется обнадеживающим призыв московского режиссера Натальи Волошиной в ее постановке классических «Маленьких трагедий» Пушкина (2021): развенчать обаяние зла! Сегодня это звучит как вызов нового тысячелетия.

Перспектива дальнейших исследований видится в детальном изучении возвратно-поступательных циклов изобразительного искусства XX и начала XXI века, в творческой коллаборации достижений визуального искусства наших дней с практикой дизайн-проектов наших студентов, в осознании роли костюма как важной составляющей имиджа современника XXI века.

-
1. Антонова И. А. Поговорим об искусстве. Пятое измерение / И. А. Антонова. – Москва: АСТ, 2014. – 320 с. ил.
 2. Бердник Т. О. Основы проектирование художественного костюма и эскизной графики: монография / Т. О. Бердник. – Ростов-на-Дону: Феникс 2001. – 352 с.
 3. Блохина И. В. Всемирная история костюма / И. В. Блохина. – Москва: АСТ, 2013. – 192 с.
 4. Большая советская энциклопедия. В 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – Москва: Советская энциклопедия, 1969–1986.
 5. Бушуева С. С. Теория цикличного развития моды / С. С. Бушуева // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2012. – № 3 (21). – С. 63–67.
 6. Домрина Н. Сказано – сделано / Н. Домрина // Наука и жизнь. – 2013. – № 3. – С. 24–28.
 7. Захаржевская Р. В. История костюма. От античности до современности: практическое пособие / Р. В. Захаржевская. – Москва: РИПОЛ классик, 2005. – 288 с.
 8. Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой / Д. Кэмпбелл. – Санкт-Петербург: Питер, 2023. – 352 с.
 9. Мерцалова М. Н. / История костюма / М. Н. Мерцалова. – Москва: Искусство, 1972. – 198 с.
 10. Мода и стиль / гл. ред. В. Володин. – Москва: Аванта+, 2002. – 480 с.
 11. Сидоренко Н. И. Философские основания науки в сочинениях Плутарха / Н. И. Сидоренко // Вестник РЭА. – 2011. – № 3. – С. 40–49.
 12. Как измерялась красота калибратором в 1930-х годах. – 11 октября 2022. – URL: <https://dzen.ru/list/beauty/kalibrator-krasoty-maksa-faktora>
 13. Харитонова А. Лицо эпохи / А. Харитонова // L'Officiel. – 2009. – № 111. – С. 107.
 14. Кто открыл первый музей в России. – URL: <https://dzen.ru/list/education/kto-otkryl-pervyi-muzei-v-rossii-kunstkameru>
 15. Неделя моды Haute couture осень-зима 2023/2024. – URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/492432-oblacit-sa-v-dospehi-i-taskat-na-sebe-muzcin-cem-udivila-nedela-mody-v-parize?image=464002>

**The right beauty.
Costume as the main visual attribute
of the image of a contemporary of the XXI century**

The article analyzes the specifics of the formation of aesthetic ideals of beauty in different eras, traces the formation of professional competencies of designers of our days through their study of canons and the creation of their own positive image. The author comes to the conclusion that the development of fine and decorative arts does not have a linear character, ideals are formed, by no means, in a year.

Keywords: canon, beauty line, visual attribute, image, artistic image and style.

Э. В. Зайцев

Приемы полистилистики в мюзикле «Призрак оперы» Э. Л. Уэббера

В XX веке в процессе эволюции театральных жанров, и в частности благодаря творчеству Э. Л. Уэббера, произошло сближение мюзикла и оперы. Использование Э. Л. Уэббером элементов различных оперных жанров, характерных черт разных стилистических направлений в искусстве обусловило полистилистическую специфику его музыки, которая проявляется у композитора в виде таких приемов, как стилизация, аллюзия, коллаж. Полистилистическая сущность произведений Э. Л. Уэббера не только делает неповторимым и узнаваемым стилиевой профиль мюзикла «Призрак Оперы», но и по-своему способствует сокращению извечной «пропасти», разделяющей академическую и массовую культуру.

Ключевые слова: музыкальный театр, мюзикл, стиль, полистилистика, стилизация, коллаж, аллюзия.

Введение. В настоящем исследовании мы обращаемся к творчеству Э. Л. Уэббера, в частности к мюзиклу «Призрак оперы», с точки зрения стилиевых особенностей, обусловленных как генезисом жанра, так и полистилистическими тенденциями в XX веке. Актуальность темы обоснована художественной и социокультурной значимостью творчества Э. Л. Уэббера и мюзикла, являющегося самым известным его произведением и самым кассовым развлекательным событием всех времен. Цель исследования: выявить специфику межстилевых взаимодействий и приемы полистилистики в мюзикле «Призрак оперы» Э. Л. Уэббера.

Материалом исследования стал клип «Призрак оперы» Э. Л. Уэббера, а также наиболее известные записи мюзикла: аудиоверсия (Лондон, 1987) и ви-

деоверсия постановки в Альберт-Холле (Лондон, 2011).

О сложном переплетении различных жанрово-стилевых черт в мюзикле «Призрак оперы» в целом сказано немало, но вопрос о конкретизации приемов и методов полистилистики Э. Л. Уэббера остается открытым. Е. Ю. Андрищенко отмечает, что в самом широком смысле «диалоги академической и «легкожанровой» сфер в «Призраке» отличаются уникальным размахом и интенсивностью» и выражаются 1) в приоритетной функции «классической» стилистики, целенаправленно выдержанной в течение всего спектакля; 2) в динамике соответствующих взаимодействий, определяющейся безусловным главенством «прямых» заимствований из области академических стилей; 3) в механизмах «опосредованных» заимствований, ха-

рактизуемых ярко выраженной академизацией стилевых направлений массовой музыкальной культуры» [2, с. 23].

Изложение основного материала. В музыке «Призрака оперы» можно проследить сочетание разностилевых элементов. Эти элементы, во-первых, почти всегда представлены взаимодействием признаков классически-оперного стиля с каким-либо от него отличным. Во-вторых, они могут быть выражены как прямыми заимствованиями (введением цитат, квазичитат), так и опосредованными техниками «воссоздания» (по Л. Березовчук [3]), аллюзиями и стилизациями.

Что касается цитат, отличительной особенностью которых является точность воспроизводимого материала, их Э. Л. Уэббер не использует вообще, предпочитая более тонкую стилевую игру. Коллажная техника как прием тоже не близка композитору, однако драматургия «Призрака оперы» имеет характерные черты коллажности, что выражается в сопоставлении собственно «уэбберовского» музыкального материала с фрагментами, которые написаны якобы другими авторами. Имеется в виду прием «театр в театре», где «важнейшей составной частью авторской концепции «Призрака» выступают «оперный триптих» – рассредоточенные сцены из вымышленных опер, исполняемые действующими лицами при непосредственном участии заглавного героя и репрезентирующие классицизм (опера-buffa «Немой»), романтизм (историко-легендарная опера «Ганнибал»), полистилистику XX столетия (лирико-экспрессионистский «Дон Жуан торжествующий») в качестве определенных этапов развития оперного жанра [1, с. 94].

Плавные музыкальные переходы к этим «вставным операм» отсутствуют, что вполне органично воспринимается в условиях сюжета: современно звучащая увертюра с органом и электроинструментами сменяется романтическим пафосным звучанием «Ганнибала», и эта коллажная «склейка» знамени-

ет временной сдвиг между прологом и первым актом. Не менее четко отделяется от музыки мюзикла опера «Немой», что по сюжету наглядно представлено в виде начинающейся оперы: в зале сидят зрители, дирижер раздает ноты, звучат первые ноты увертюры... Так же резко, по принципу коллажа, обрывается и незавершенная постановка «Немого» – на сцену падает задуманный Призраком работник театра, а в пасторальную музыку балета врывается главная тема Призрака. «Дон Жуан торжествующий» вообще резко отличается по стилистике от всего, что звучало ранее в мюзикле, – это явно авангардная опера с угловатыми, немелодичными музыкальными оборотами.

Такая обособленность, коллажность вставных опер обусловлена сюжетом мюзикла, их самостоятельность подчеркнута всеми возможными средствами. Э. Л. Уэббер придумывает не только музыку к вставным операм, но и фамилии их вымышленным авторам, причем фамилии не случайные, говорящие: «Ганнибал» написан неким композитором Шалюмо (название музыкального инструмента – предшественника кларнета), а «Немой» написан вымышленным композитором Альбрицио (производное от итальянского «brizzolato» – в переводе «пестрый», «крапчатый»), что намекает на происходящую неразбериху во время этой оперы. «Дон Жуан торжествующий», «сочиненный» самим Призраком, вынесен композитором в отдельную часть партитуры как самостоятельный клавир этой вымышленной оперы.

Во «вставных операх» Э. Л. Уэббер использует по большей части прием стилизации и лишь в некоторых случаях прибегает к аллюзиям. Так, в каждой опере композитор воссоздает конкретный жанровый вид самых распространенных в европейском искусстве опер: в «Ганнибале» стилизованы черты большой оперы французской XIX века – или Grand opéra. Большие оперы опирались на исторические и античные сюжеты, состояли из пяти действий, были пыш-

ными и помпезными, со сложными декорациями и костюмами, включали много массовых сцен, хоров и обязательно крупную балетную часть. В музыке большой оперы композитор уделял внимание вокальным партиям, которые были мелодически выразительны, виртуозны и позволяли исполнителям в наибольшей степени проявить свой талант. Все эти особенности попытался воссоздать Э. Л. Уэббер, за исключением пятчастной структуры, которая остается «за пределами» мюзикла. Сюжет всей оперы нам остается неизвестным, но по названию и отдельным отрывкам хоров ясно, что посвящено произведение знаменитому карфагенскому полководцу Ганнибалу.

Костюмы, декорации, количество исполнителей на сцене – все это, по замыслу Эндрю Ллойда Уэббера, должно создавать эффект подлинной большой оперы со всей ее впечатляю-

щей атрибутикой. В партии Карлотты постоянно упоминается «пышное неудобное платье», большой хор на сцене толпится, прославляя полководца громкими криками, декорации настолько многочисленны и громоздки, что включают даже слона. И именно этим воспользуется Призрак, чтобы столкнуть одну из декораций на Карлотту. Явная отсылка к большой опере, в которой обязательно должны быть крупные массовые хореографические эпизоды – балетная труппа, которая тоже находится на сцене (в ней мы впервые видим Кристину и Мэг), тут же присутствует и балетмейстер мадам Жири.

Что касается музыки, то Э. Л. Уэбберу удалось не только воссоздать характерные стилевые особенности большой оперы, но иронично высмеять их. Голос Карлотты виртуозен, но слишком визглив и бездушен: это передается в виртуозной каденции в первой арии Элиссы.

CARLOTTA
[End of cadenza]

This Tro -
phy from our sa - viours from our sa -
viours from the en - slav - ing force of Rome.

Колоратурные пассажи, виртуозные скачки, арпеджио – весь диапазон сопрано, «блестящие» верхние ноты и типичные «белькантовые» ферматы должны подчеркнуть главенство вокального начала в большой опере и показать всю красоту голоса Карлотты. Но мелодические обороты арии настолько предсказуемые, шаблонные, «ходульные», а высокие ноты звучат так необоснован-

но визгливо и с оттенком самолюбования Карлотты своими возможностями, что весь ее образ становится комичным и отталкивающим.

Прием стилизации использован и в массовой сцене оперы «Ганнибал», в которой присутствуют хор, оркестр и все солисты.

В оркестре выделяется намеренно пафосное и подчеркнутое звучание меди

The image displays a musical score for a chorus and a vocal solo. The top system is for a chorus, with Soprano (S) and Alto (A) parts. The lyrics are "With feast - ing and danc - ing and". The piano accompaniment includes parts for W.W. WOOD STR., HORN & STR., and BASS DRUM. The bottom system is for a vocal solo, also with Soprano (S) and Alto (A) parts. The lyrics are "song to - night in ce - le - bra - tion we". The piano accompaniment includes a part for VIOLINS (VLNS.).

и ударных. Акцентированные сильные доли тактов и ритмический пульс воссоздают эффект скачки. Мелодия опять шаблонна и предсказуема – она представляет собой примитивную фанфарную интонацию. Сначала мелодия «добирается» до тоники, затем до ее терцового и квинтового тона, в завершение же хор истерично вопит в предельно высокой tessiture. Гармонические обороты с отклонением в параллельный минор также банальны. Этот хор как будто собирательный образ всех примитивных славно-пафосных массовых сцен большой оперы, все средства музыкальной выразительности намеренно утрированы, чтобы вызывать комический эффект.

Последний эпизод из «Ганнибала» – это прощальная ария Элиссы «Think of me», которая становится воплощением лирических тенденций в оперной мелодике, но преломленных через современное композиторское мышление и стилистику эстрадного плана. Мелодические обороты тоже виртуозны, но словно

одухотворены внутренними чувствами, окончания фраз закруглены и смягчены. Сначала арию «Think of me» исполняет Карлотта, ее трактовка нарочито профессиональная, с использованием «универсальных» академических приемов вокального искусства – насыщенное vibrato, обильное портаменто, филирование окончаний фраз. Кроме того, она поет арию в высокой тональности фа-диез мажор. Внешняя виртуозность снова лишает исполнение Карлотты искренности и душевности. Следом арию поет Кристина, и ее интерпретация лишена излишней виртуозности, но подчеркивает чувство стиля, тонкий лиризм, полный диапазон эмоциональных красок. Ее исполнение на терцию ниже (ре-мажор), тембр мягче, а оркестровые краски сопровождения создают лирический и нежный образ. Тема арии развивается и почти перестает напоминать о классической оперной мелодике – это уже типичная уэбберовская мюзикловная тема, ставшая характеристикой Кристины.

По мнению Е. Андрущенко, эти стиливые взаимодействия имеют цель показать различные облики оперы как жанра: «...концепционная роль полистилистических сопряжений наглядно репрезентируется в отрывках из «Ганнибала», экспонирующих заведомо противоположные «лики» оперного искусства – пародийную интерпретацию профессиональных штампов и «орфическую» трактовку *bel canto*, наделяемого огромным потенциалом художественного воздействия» [1, с. 97].

Следующая стилизация в мюзикле Э. Л. Уэббера – опера «Немой», премьера которой срывает Призрак. В данном случае воссоздаются особенности классической оперы-буффа – комической оперы, для которой характерны небольшие масштабы, ограниченное количество действующих лиц, подвижность действия, основанного на путанице, переодеваниях, ситуациях с притворством и неузнаванием, и в целом – на бытовом сюжете с сатирической окраской. Мелодика оперы-буффа – яркая, простая, основана на бытовых жанрах песен и танцев. Э. Л. Уэббер вводит в оперу «Немой» типичных героев комической оперы, музыкальное сопровождение пишется в абсолютно классическом стиле, используя светлые и прозрачные гармонии, квадратную структуру постро-

ений, струнные и деревянные духовые инструменты, яркие динамические контрасты-сопоставления. В вокальных и хоровых партиях преобладают легкие и виртуозные мелодии, напоминающие о классических симфониях и моцартовских операх.

В небольшой увертюре к опере «Немой» прием стилизации явно усложняется, достигая тончайшей и умелой аллюзии, созданной Э. Л. Уэббером на основе увертюры из «Свадьбы Фигаро» В. Моцарта. Контрасты громких и тихих фраз, массивных аккордов и легкого, «крадущегося» пиццикато, фанфарные призывные аккорды, которые словно открывают занавес на сцене, общее ощущение суеты и бега – все это объединяет обе увертюры. Мелодические обороты почти полностью совпадают в нескольких местах. Например, начальные такты «Немого» заимствованы из аккордового элемента темы «Свадьбы Фигаро», а мелодическое опевание в шестом такте точно повторяет оборот из четвертого такта моцартовской увертюры.

Подобные аллюзии, но более точные встречаются в партии Карлотты. Например, звукоподражательный эффект смеха напоминает об ариях Фигаро, но мелодически копирует элемент темы наигрыша Папагено из оперы В. Моцарта «Волшебная флейта» (восходящая гамма).

F

COUNTRESS

Ho ho

S Poor fool he does-n't know Hobohoboho Ho ho

A Poor fool he does-n't know Hobohoboho Ho ho

T Poor fool he does-n't know Hobohoboho Ho ho

B Poor fool he does-n't know Hobohoboho Ho ho

.. If he knew the truth he'd ne-ver e-ver go.

S .. If he knew the truth he'd ne-ver e-ver go.

A .. If he knew the truth he'd ne-ver e-ver go.

T .. If he knew the truth he'd ne-ver e-ver go.

B .. If he knew the truth he'd ne-ver e-ver go.

rit.

subito più

А виртуозные колоратуры Карлотты иногда очень напоминают ломаные арпеджио из знаменитой арии Царицы ночи.

Третья, кульминационная опера «Дон Жуан торжествующий» по сюжету является «трудом всей жизни» Призрака. Она подробно описана в романе Г. Леру как некое экстравагантное сочинение, бросающее вызов музыкальным традициям. Э. Л. Уэббер очень точно и оригинально интерпретировал книжное

описание музыки Призрака, стилизовав в ней все авангардные черты. Здесь слышны и разговорная манера экспрессионистской мелодики (Sprechgesang), и атональные построения в мелодиях хора и солистов, и политональные, сонорные эффекты в оркестровой партии. Небольшая увертюра сама по себе являет некий коллаж: в оркестре сменяют друг друга восходящие и нисходящие гаммообразные пассажи, казалось бы, снова позаимствованные из моцартовских увертюр.

monsieur? RAOUL : My dear Andre, there would appear to be no seats available other than Box Five...

This block contains two systems of musical notation. The first system shows a piano accompaniment with a treble clef staff and a bass clef staff. The second system includes the same piano accompaniment and a line of dialogue for the character RAOUL.

I
 (CARLOTTA)
 Poor fool, he makes me laugh Ha ha ha ha ha

This block features a vocal line for the character CARLOTTA, marked with a Roman numeral 'I'. The lyrics are "Poor fool, he makes me laugh Ha ha ha ha ha". Below the vocal line is a piano accompaniment consisting of a treble clef staff and a bass clef staff.

W.W. VLNS.
 PIANO
 TRTS.
 SYNTH. 2
 HNS.
 CYMBAL.
 PICC.
 TRB.
 PIANO
 C.B.
 Allargando

This block contains two systems of piano accompaniment. The first system includes markings for "W.W. VLNS. PIANO", "TRTS. SYNTH. 2", "HNS.", and "CYMBAL.". The second system includes markings for "PICC.", "TRB. PIANO", "C.B.", and "Allargando".

Но нет, целотоновый лад в основе и жесткое двухголосие фортепиано и синтезатора, варьирующее лейтмотив коварства Призрака, усложняет, искажает и буквально «уродует» этот тематизм.

Хор «Here the sire may serve the dam», полный диссонансов, кварт- и квинт-аккордов, излагается в размере 3/2, оркестровый эпизод и партия Кристины – в 7/8. Музыкают отличают выкрики, резкие акценты, внезапные смены фактуры, кластеры и полиаккорды – все это изображает настоящую авангардную оперу XX века. Большинство тематических элементов «Дон Жуана» произрастает из целотоновой гаммы увертюры, и это отсутствие в мелодических построениях полутонов, придающих эмоциональную выразительность и теплоту, подчеркивает холодность и бездушие как персонажей, так и самих исполнителей.

Музыкальное полотно «Дон Жуан торжествующий», основанное на диссонансах, разрушает классические ка-

ноны оперы, а в иносказательном смысле – символизирует искаженную душу главного героя. Опера Призрака – его дерзкий вызов, который он бросил отвергнувшему его обществу, косному, жестокому, безвкусному, как в отношении понимания современного искусства, так и в отношении сострадания и милосердия, которых герой так и не получил. Негативное отношение героя к окружающим выражается и через слова поэтического текста, которые наполнены цинизмом и грубостью. На таком фоне резким контрастом звучит дуэт Дон Жуана и Аминты «The Point of No Return», в котором проникновенное, исповедальное звучание чувственной кантилены символизирует не столько развитие образов героев, сколько взаимоотношения самого Призрака и Кристины, их признание в определенных чувствах друг к другу. Здесь возвращается типичная оперная кантилена и экспрессивная мелодика романтического плана:

The image shows a musical score for a duet. It consists of four staves. The top staff is a vocal line with lyrics: "ci - ded. — Past — the point of no re - turn. No back - ward". The second staff is a piano accompaniment for strings, labeled "Solo STRINGS". The third staff is another vocal line with lyrics: "gla - ces. Our games of make be - lieve are at an end." The fourth staff is a piano accompaniment. The music is written in a key with three flats and a 3/2 time signature.

Здесь, словно в противовес предыдущим целотоновым темам, мелодия насыщена щемящими интонациями. Эти хроматизмы то воспринимаются мягкими опеваниями, окутывающими звуки темы, то острыми отклонениями, которые привносят новые гармонические

краски в развитие дуэта. Синкопированные аккорды сопровождения придают мелодии особый нервный пульс, биение настоящего искреннего чувства.

Выводы. Специфика стилевых взаимодействий в мюзикле «Призрак оперы» обусловлена прежде всего влиянием

жанра оперы. «Опероцентризм» мюзикла Э. Л. Уэббера стал закономерным итогом использования в качестве литературной первоосновы сюжета Г. Леру, в котором события разворачиваются в помещении оперного театра и на его сцене. Драматургическая идея композитора заключается во взаимодействии двух трактовок оперного стиля: пародийной, связанной с образами Карлотты, Пианджи, хозяев театра, а также с вымышленными операми и «возвышающей», представленной в лирико-драматической линии Призрака, Кристины и Рауля. Вокальный стиль Э. Л. Уэббера отмечен ярким мелодизмом, выразительностью ярких и запоминающихся интонаций. Традиции оперы он продолжает и введением сложной системы лейтмотивов.

Присутствие в мюзикле «Призрак оперы» фрагментов из вымышленных

оперных спектаклей и выделение их музыки как «чужого слова» на фоне авторского стиля Э. Л. Уэббера указывает на его стремление к новаторству, к современному мышлению, и прежде всего – к полистилистике. В операх «Ганнибал», «Немой» и «Дон Жуан торжествующий» воссоздаются соответственно жанрово-стилевые прообразы большой оперы, оперы-буффа и современной авангардной оперы. Композитор блестяще стилизует и пародирует черты вокального стиля «бельканто», создает тонкие аллюзии к известнейшим оперным сочинениям В. Моцарта, свободно оперирует современными средствами музыкальной выразительности. Среди конкретных полистилистических приемов, используемых Э. Л. Уэббером в «Призраке оперы», преобладают стилизация, аллюзия, коллаж.

1. Андрущенко Е. Ю. Легенда о Дон Жуане в «Призраке Оперы» Э. Ллойда-Уэббера: к проблеме интерпретации / Е. Ю. Андрущенко // Южно-Российский музыкальный альманах. – 2017. – № 3 (28). – С. 94–99.

2. Андрущенко Е. Ю. Мюзиклы Э. Ллойда-Уэббера конца 1960–1980-х годов: Сюжеты. Жанр. Стилистика: автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Е. Ю. Андрущенко. – Ростов-на-Дону, 2007. – 26 с.

3. Березовчук Л. Н. О типологии межкультурных взаимодействий в музыке / Л. Н. Березовчук // Стилиевые тенденции в советской музыке 1960–1970-х годов. – Ленинград: ЛГИТМ, 1979. – С. 164–181.

Polystylistic techniques in the musical «The Phantom of the Opera» by E. L. Webber

In the twentieth century, in the process of the evolution of theatrical genres, and in particular thanks to the work of E. L. Webber, there was a convergence of musical and opera. E. L. Webber's use of elements of various opera genres, characteristic features of different stylistic trends in art determined the polystylistic specificity of his music, which is manifested in the composer in the form of such techniques as stylization, allusion, collage. The polystylistic essence of the works of E. L. Webber is not only made unique and recognizable by the stylistic profile of the musical «The Phantom of the Opera», but also in its own way helps to reduce the age-old «gap» separating academic and popular culture.

Keywords: musical theater, musical, style, polystylistics, stylization, collage, allusion

А. А. Луценко

Авторская ремарка как инструмент интерпретации в драматургии

В статье проанализирована драматургическая ремарка как инструмент интерпретации в драматургии. Акцент делается на изучении подхода автора драматургического материала к ремарке посредством анализа его отношения к театральному постановочному процессу. На конкретных примерах показано различие между ремарками драматургов, относящихся к разным эпохам и имеющих разную степень причастности к постановочному процессу. Предложена типология авторских ремарок в зависимости от степени дозволенности режиссерской интерпретации и отношения драматурга к постановке собственных произведений.

Ключевые слова: режиссерская интерпретация, авторская ремарка, драматургия, смерть автора, постановка, видение режиссера, историческая эпоха, постановочный конфликт.

Введение. В современном театральном мире не утихают споры о допустимой степени режиссерской интерпретации классических драматургических произведений. Это связано с отсутствием четких рамок для режиссера как интерпретатора литературного текста. Часто отход от исторической эпохи, изменение места действия, осовременивание костюмов, отступление от натуралистической манеры актерской игры и прочие режиссерские нововведения помечаются штампом «смерть автора» и отвергаются театральной общественностью.

Цель предлагаемого исследования – определить степень дозволенности режиссерской интерпретации драматургического текста посредством ремарки. Для этого необходимо изучить драматургическую ремарку как инструмент передачи авторской позиции, проанализировать существующие исследовательские подходы к ремаркам, типо-

логизировать их по степени вольности интерпретации, допускаемой писателем-драматургом посредством своего «голоса» в тексте.

Режиссура с точки зрения исторического развития является весьма молодой профессией. Со времени появления слова «режиссер» прошло более 150 лет. Однако многие проблемы режиссерской профессии до сих пор не получили своего разрешения, в том числе вопрос о вольности и точности в режиссерской расшифровке авторского драматургического текста.

Исследователь Е. В. Логвинова трактует режиссерскую интерпретацию как «коммуникативную деятельность, для которой характерна высокая степень креативности». При этом понятие «креативность» толкуется с опорой на его понимание О. К. Ирисхановой, а именно как «когнитивная способность человека реконструировать старые и

порождать новые ментальные конструкции» [3]. Справедливым представляется утверждение Е. В. Логиновой о том, что при создании спектакля режиссерская интерпретация может нести за собой актуализацию пьесы через осовременивание – при верном подходе к соотношению формы и содержания пьесы со стоящими за ними когнитивными структурами, постановочными стереотипами и индивидуальными представлениями участников постановочного процесса о пьесе [6]. Опираясь на данное утверждение, мы предприняли попытку определить степень дозволенности режиссерского видения, не допускающего «смерти автора» при сценической постановке драматургического произведения, посредством анализа авторской ремарки в пьесе.

Изложение основного материала. Известно, что драматургический текст обладает следующей особенностью: его существование как художественного произведения невозможно без сценического воплощения. Пьеса всегда ориентирована на постановку, из-за чего обладает рядом специфических черт, в числе которых «вспомогательность» речи драматурга. Автор оставляет свой «голос» – ремарки – для раскрытия специфики драматургического произведения, лишённого повествовательно-описательного изображения художественного текста.

Авторскую ремарку принято считать пособием к постановке для режиссера, однако она не всегда достаточна для полного определения художественного видения драматурга. Во многих бессмертных литературных произведениях ремарка минимальна, автор ограничивается раскрытием места действия для персонажей, не давая более никаких указаний по постановке. Например, пьесы Эсхила, Софокла, Еврипида, Мольера, Шекспира отличаются скупой ремаркой – без детальных описаний места, состояния, эпохи, атмосферы, окружения персонажей, объектов в поле зрения и т. д. Дело в том, что указанные авторы работали в рамках театрального соревнования и сами выступали своего рода

«режиссерами» в постановке собственных произведений [3]. Так, Шекспир создавал пьесы для театра «Глобус», в котором определенное время являлся ведущим актером – предшественником режиссера в историческом театральном развитии. Мольер организовал собственный театр «Пале Рояль». Для него писал пьесы, постановкой которых и занимался в роли ведущего актера. Авторы не оставляли ремарок, поскольку имели собственный «постановочный план» спектакля, не нуждавшийся в прописи непосредственно в тексте произведения. Кроме того, не предусматривалось использование драматических текстов в постановках других театров, тем более переход произведений в статус культурного достояния, что не допускало пояснений собственного видения, снижавших уникальность постановки.

Из современных писателей к данному типу драматургов относится Мартин Макдонах. Будучи одновременно театральным и кинотеатральным режиссером, он использует в постановках собственные материалы. Поэтому ремарки в его пьесах и сценариях минимальны.

Режиссер, по сути, не ограничен в интерпретации самим автором. Сравним, как, например, Шекспир в «Ромео и Джульетте», в открывающей сцене, при обозначении места действия, ограничивается малообъемной ремаркой *«Площадь в Вероне»*. Такое обозначение места действия абстрактно и не имеет конкретной привязки к эпохе, определенной части города и его состоянию, времени года и прочим деталям, что расширяет интерпретационный интервал для режиссера и позволяет ему изобразить «площадь в Вероне», основываясь на собственном воображении и особенностях психологического восприятия материала. Требование к соблюдению «шекспировской» эпохи при постановке данной пьесы по сути является требованием обязательным не для художественной постановки, а для реконструктивной [4].

Однако не каждый драматург имеет прямое отношение к постановочному

процессу. Многие авторы выступают в роли писателя, создающего материал для сторонней постановки, например А. П. Чехов, А. Н. Островский, Ж. П. Сартр, Г. Ибсен, Б. Шоу, Э. Шмидт и т. д. Пьесы этих писателей имеют обширную ремарку. Она обозначает место действия, эпоху, атмосферу сцен, подробные описания действия и нередко даже полное описание выгородки с обозначением расположения сюжетно важных предметов или элементов декорации. Посредством такой ремарки автор предлагает собственное видение сцены, конкретизирует режиссерскую задачу, тем самым сужает интервал режиссерской интерпретации, превращая указание режиссера в литературную картинку, которую тот обязан выдержать во избежание эффекта «смерти автора».

В качестве примера приведем ремарку из пьесы Генрика Ибсена «Кукольный Дом»: *«Уютная комната, обставленная со вкусом, но недорогой мебелью. В глубине, в средней стене, две двери: одна, справа, ведет в переднюю, другая, слева, в кабинет Хельмера. Между этими дверями пианино. Посредине левой боковой стены дверь, ближе к авансцене окно. Около окна круглый стол с креслами и диванчиком. В правой стене, несколько подалее вглубь, тоже дверь, а впереди изразцовая печка; перед нею несколько кресел и качалка. Между печкой и дверью столик. По стенам гравюры. Этажерка с фарфоровыми и прочими безделушками, книжный шкафчик с книгами в роскошных переплетах.*

На полу ковер. В печке огонь. Зимний день.

В передней звонок. Немного погода слышно, как дверь отпирают. Из Передней в комнату входит, весело напевая, Нора, в верхней одежде, нагруженная ворохом пакетов и свертков, которые она складывает на стол направо. Дверь в переднюю остается открытой, и там виднеется посыльный, принесший елку и корзину, которые он отдает служанке, отворившей дверь».

Детальное отображение места действия, переходящее в описание предше-

ствующего диалогу события, создается в результате синтеза драматургического и эпического подхода к созданию текста. Так рождается детальная инструкция, обращенная непосредственно к режиссеру, описывающая, *что* происходит. Режиссеру остается ответить лишь на вопрос *как?*. При этом ему позволена только выработка стиля театрального действия, но не развитие действенного содержания – во избежание вступления в постановочный конфликт с авторским текстом.

Причиной появления данного типа драматургической ремарки стало формирование профессии режиссера-постановщика и зарождение такого понятия, как режиссура. Театральный режиссер XIX века выступает посредником между автором литературного текста и зрителем, переводя литературное творчество в синтетический сиюминутный процесс на сцене, целью которого является раскрытие авторской идеи и передачи ее зрителю посредством физического действия. Несмотря на то что в современном понимании термин «режиссура» возник лишь во второй половине XIX века, руководитель труппы, не связанный с написанием драматургического материала и сценическим исполнением, в театрах появился еще в XVIII веке. Этим обусловлено существование до окончательного этапа формирования режиссуры такого типа драматургов, как А. Н. Островский [2]. Им свойственны жесткие рамки, однако определенная степень свободы все-таки допускалась.

Рассмотрим работу с ремаркой современных авторов, в частности Н. Коляды. Ремарка Н. Коляды отражает мельчайшие детали как элементов сцены, так и актерского поведения. По сути, в форме ремарки в драматический текст вплетается постановочный план для режиссера, который служит своего рода защитой авторского видения драматурга от интерпретации других режиссеров. Н. Коляду можно отнести к авторам первого типа, которые писали пьесы для собственной постановки. Он открыл свой «Коляда-театр», где являлся глав-

ным режиссером, штатный драматургом и нередко исполнителем ролей. Постановку произведения автор контролирует с этапа зарождения, а через обширную ремарку минимизирует вероятность режиссерской оригинальности, защищая собственное авторское видение.

Приведем фрагмент из пьесы Н. Коляды «Америка России подарила парход»: «...На фронтон старинного купеческого особняка, у самой крыши цементарованы цифры: «1897». Сверху над этими цифрами – лепные ангелы. Ангелы грязные, закопченные, запыленные – сто лет никто их не подкрашивал, никто не ремонтировал. Крылышки едва держатся, носы поотбивались, а ручонки обломанные – вот-вот отвалятся. Но все равно в радостной нежности тянутся ангелы друг к другу, милоются, губки подставляют...»

Над ангелами, надоедливо мигая, горит реклама: «Покупайте джем-повидло!!!. Джем-повидло!!!. Джем-повидло!!!.»

Ночь. В темноте особняк. Спят proletарии, которых заселили сюда после революции и которые как тараканы расплодились с тех пор во всех углах дома: где туалет был – там спальня, где была спальня – там зал, где зал был – там кухня, а где кухня была – теперь туалет... Перегородили, перестроили все по своему изысканному вкусу: мы наш, мы новый мир построим...

Построили.

Спят.

Утром ведь на работу.

Только одно большое окно на первом этаже освещено: это квартира ИРИНЫ. Окно открыто. Ирина, прислонясь головой к раме, улыбается, смотрит во двор, курит, что-то тихонечко напевает. Она в красном шелковом халате до пят. Длинные курчавые волосы Ирины трогает ветер.

За домом тявкают собаки. По улице, что недалеко, с каким-то диким завыванием изредка проносятся последние троллейбусы.

Вокруг особняка – пятиэтажки. В соседней «хрущевке» – ресторан

«Ландыш», где, несмотря на поздний час, идет веселье, играет музыка.

Весна. Цвет фонаря падает на старый, разлапистый куст сирени, усыпанный синими цветами. Рядом – белая черемуха. Весна, весна...

Из подъезда особняка вышел РОМАН.

В приведенном отрывке проявляется подход автора к созданию драматургического материала. Так, посредством своей ремарки Н. В. Коляда передает максимум деталей окружения, предполагаемую в сцене атмосферу, конкретизирует описание основных объектов зрительского внимания в декорации. Подобный подход минимизирует возможность оригинальной режиссерской интерпретации произведения, которая не будет вступать с автором в художественный конфликт и приводить к его «смерти» на сцене. Объяснить такой подход к драматургическому производству можно общей тенденцией современного искусства: сегодня прежде всего учитывается не качество и достоинство произведения искусства, а значимость личности автора, который предоставляет собственные произведения как брендовый товар.

Анализ ремарки как вспомогательно-го элемента раскрытия авторского видения сцены позволил нам выделить типы драматургов по степени дозволенности авторской интерпретации в драматургических произведениях:

1) драматург-постановщик: драматург минимизирует детализацию авторской ремарки, ограничиваясь обозначением места действия без конкретизации происходящего на сцене. Это предполагает максимальный простор для художественной режиссерской интерпретации на сцене без риска эффекта «смерть автора»;

2) драматург-писатель: драматург конкретизирует место действия, внося в ремарку собственное видение атмосферы и сценического действия в игровом пространстве, а также нередко декорационное оформление игрового пространства. Значительный уровень детализации в ремарке сжимает рамки дозволенности режиссерской интерпретации, оставляя

режиссеру задачу раскрыть авторское понимание действия и создать стиль его сценического воплощения;

3) драматург-диктатор: драматургическая ремарка выступает частью пьесы как художественного произведения, вплетая в повествование постановочный план самого драматурга с отображением его видения в качестве основного критерия точности и дозволенности интерпретации для режиссера. Это минимизирует свободу расшифровки драматургического материала на сцене.

Выводы. Одним из критериев для выявления дозволенности режиссерской интерпретации драматургического материала является следование режиссером тем указаниям, которые оставлены в авторской ремарке.

На разных этапах становления театральной режиссуры как профессии авторская ремарка предоставляла по-

становщику разную степень свободы – в зависимости от уровня вовлеченности автора в постановочный процесс. Анализ взаимосвязи эпохи, в которой жил автор, и степени его воздействия на постановочный процесс позволил типологизировать драматургическую ремарку. В результате выделены следующие ее типы: ремарка драматурга-постановщика (не обязывает режиссера к соблюдению историчности и точному следованию авторскому видению); ремарка драматурга-писателя (конкретизирует художественное наполнение происходящего на сцене и ставит некоторые ограничения для режиссерской интерпретации); ремарка автора-диктатора (передает видение драматурга в максимальном объеме и делает невозможной оригинальную интерпретацию драматургического материала без вступления в постановочный конфликт с автором).

-
1. Брук П. Пустое пространство / П. Брук; пер. с англ. Ю. С. Родман. – Москва: Прогресс, 1976. – 239 с.
 2. Евреинов Н. Н. Крепостные актеры / Н. Н. Евреинов. – Ленинград: Кубуч, 1925. – 127 с.
 3. Ирисханова О. К. Когнитивный резонанс и его вербальные и невербальные проявления // Когнитивные исследования языка. – 2018. – № 32. – С. 334–344.
 4. Каллистов Д. П. Античный театр / Д. П. Каллистов. – Ленинград: Искусство, 1970. – 174 с.
 5. Котт Я. Шекспир-наш современник / Я. Котт; пер. с польского В. Л. Климовский. – Санкт-Петербург: Балтийские сезоны, 2011. – 351 с.
 6. Логинова Е. Г. Семиотический резонанс при трансформации пьесы в спектакль // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2019. – № 4. – С. 54–65.
 7. Логвинова Е. Г. Режиссерская интерпретация драматургического произведения с позиции семиотической креативности // Слово. ру: Балтийский акцент. – 2021. – № 3. – С. 125–141.
 8. Леман Х. Т. Постдраматический театр / Х. Т. Леман // ABC design. – 2013. – 312 с.

Author's remark as a tool of interpretation in dramaturgy

The article analyzed the dramatic remark as an instrument of interpretation in drama. The emphasis is on studying the author of dramatic material's approach to remark through an analysis of his attitude to the theatrical staging process. Specific examples show the difference between the remarks of playwrights belonging to different eras and having different degrees of involvement in the production process. A typology of author's remarks is proposed, depending on the degree of permission of the director's interpretation and the playwright's attitude to staging his own works.

Keywords: director's interpretation, author's remark, drama, author death, performance, director's vision, historical era, performance conflict.

И. Г. Матросова, А. Э. Измаилова

Методы формирования креативных идей в рекламе

В статье анализируются наиболее распространенные методы формирования креативных идей в рекламе. Автор обращает особое внимание на метод ментальных карт, морфологический анализ, метафорическое мышление и создание игровой ситуации, позволяющей снизить значимость ситуации, раскрепостить воображение и свободно манипулировать формой, цветом и конструкцией.

Ключевые слова: креатив, креативная реклама, рекламное сообщение, целевая аудитория, ментальная карта, метафора.

Введение. В условиях жесткой конкуренции повышаются требования к эффективности рекламы: она должна вызывать активный отклик потребителей. В современном маркетинге существует такое понятие, как «креативная реклама», которая и призвана осуществить достижение этой цели. Как известно, термин «креатив», или «create» (англ.), обозначает «творить», «создавать». В русском языке аналогом его является понятие «творчество», которое имеет более высокий уровень восприятия в нашем сознании. Творить – это создавать некие культурные ценности: писать картину, роман, делать научные открытия. Творчество имеет социальную значимость, оно определяется вдохновением автора. Понятие «креатив», заимствованное у западных маркетологов, больше относится к коммерческому творчеству: это то, что привлекает клиента,

выделяет товар или услугу из ряда похожих. Для креативности характерна ориентация на прагматические результаты.

Конечно, в любом случае создание креативной рекламы – это творческий процесс, но она имеет конкретные цели: продвижение какого-либо товара, услуги или фирмы на рынке, формирование и поддержание лояльности целевой аудитории по отношению к ним с использованием оригинальных идей и не менее оригинальной формы воплощения. Такая реклама должна прежде всего удивить потенциального потребителя, вызвать у него яркие эмоции и побудить совершить выбор (часто неосознанный) в пользу рекламируемого объекта. Основной проблемой при разработке такой рекламы является использование адекватных методов для поиска нестандартных, свободных от стереотипов решений.

Степень разработанности проблемы. Креатив в привычном для нас понимании стал рассматриваться учеными и исследователями не так давно, в XX веке. В основном это работы зарубежных исследователей-рекламистов: Б. В. Берг, Д. Огилви, А. Осборн. Среди российских авторов выделяются работы Г. Альтшуллера, маркетолога И. Ишминой и рекламиста А. Репьева.

В российской науке о рекламе научные разработки креативных аспектов рекламы как особого вида творческой практики человека ведутся довольно интенсивно. При этом учитывается разница зарубежного и российского менталитета.

Цель данной статьи – проанализировать наиболее эффективные методы создания креативной рекламы дизайнерами.

Изложение основного материала. Креативная реклама – это передача рекламного сообщения таким образом, который бы оказывал релевантное влияние. Под релевантностью понимается соответствие потребностям, желаниям, ценностям, а иногда и мечтам целевой аудитории. Только в этом случае реклама будет эффективной. При этом креативная реклама «состоится» в том случае, если весь процесс – от создания концепции до ее реализации – будет подчинен именно этой задаче [1].

Но эффективное воплощение творческой идеи зависит от ряда основных факторов: бюджета рекламной кампании, технических и производственных возможностей фото- и киностудий, типографий, программного обеспечения, времени на их воспроизводство, наличия профессионалов, способных выполнить работу в требуемой технике. Таким образом, и творческая идея, и ее реализации должны удовлетворять основным требованиям к креативной рекламе – отличаться новизной, эффективностью, актуальностью и эстетичностью.

В рекламной практике лучше всего зарекомендовали себя методы создания креативных идей в рекламе, относящиеся к группе психологической активизации мышления. Рассмотрим некоторые из них [4; 5].

1. Мозговой штурм (brainstorming). Метод предложен Алексом Осборном в 40-х годах XX века и состоит в разделении во времени процессов генерации и критики, коллективном поиске идей. Высказывать можно самые нелепые идеи, отсутствие критики позволяет это делать без боязни.

2. Обратная мозговая атака – выявление недостатков рекламируемого продукта и задач по его улучшению, а затем проведение обычного мозгового штурма.

3. Корабельный совет. Главная роль отводится «капитану» (модератору), который проводит совещание и определяет очередность выступления. Практически этот метод есть разновидность мозгового штурма.

4. Метод фокальных объектов, автор Ф. Кунце (Германия, 1926 г.). Основан на поиске новых идей путем присоединения к заданной торговой марке свойств или признаков случайных объектов.

5. Синектика – форма поиска новых идей посредством построения аналогий. Автор У. Гордон (США, 1952 г.). Этот метод основан на свойстве человеческого мозга устанавливать связи между словами, понятиями, чувствами, мыслями, впечатлениями, то есть ассоциативные связи.

6. Оператор РВС (размер, время, стоимость). Этот метод – инструмент управления психологическими факторами, то есть мысленное изменение параметров (размер, нахождение во времени, стоимость) рекламируемой марки. Благодаря ему появляется возможность взглянуть на продукт по-новому, увидеть ранее замеченные свойства. Реализация метода происходит благодаря мысленной трансформации объектов (уменьшение-увеличение размеров объекта, уменьшение-увеличение продолжительности использования продукта, снижение-повышение стоимости марки).

7. Конференция идей («круглый стол»). Авторы метода В. Гильде, К. Штарке (1970 г.). Метод представляет собой хорошо подготовленное совещание, предназначенное для сбора

идей на определенную тематику. На «конференции идей» разрешена только доброжелательная критика, возможны приемы использования методов коллективной творческой работы.

Мы упомянули наиболее распространенные методы, хотя существуют и другие, также призванные решать основные задачи генерации креативных идей: морфологический анализ, метод маленьких человечков, метод контрольных вопросов, методика слома стереотипа и др.

Следует обратить внимание на тот факт, что все перечисленные нами методы можно разделить на индивидуальные и коллективные. Применительно к российским реалиям дизайна рекламы функции креатора и дизайнера не разделяются, и дизайнер становится главным креатором и ключевой фигурой в процессе создания рекламной продукции от идеи и до ее воплощения в материале. Это, в свою очередь, требует, во-первых, применения индивидуальных методов активизации творческого мышления, а во-вторых, расширяет поле креативной идеи от ее создания до креативного воплощения.

В этом случае наиболее приемлемым является использование ментальной карты, которая является эффективным способом визуализации, структурирования и систематизации информации на любом этапе создания рекламы – от идеи до воплощения. Создатель и популяризатор современной методики ментальных карт британский психолог Тони Бьюзен (Tony Buzan, 1942–2019) представил ее в 1974 году в книге «Работай головой». Этот метод присутствует в арсенале современного дизайнера и осваивается им еще на стадии получения профессионального образования. Ментальная карта является иерархической, показывает отношения между частями целого. Обычно создается вокруг изображения или записи в центре (темы, проблемы, объекта), к которому вокруг добавляются связанные линиями разного цвета, следующие одна из другой и разветвляющиеся идеи, ассоциации (изображения, знаки, коды, слова).

Рисунок карты напоминает дерево и представляет собой радиальную диаграмму. Ее можно изображать вручную или строить с помощью специального программного обеспечения, которое имеет открытый доступ и распространяется в сети Интернет бесплатно. Ментальная карта позволяет очень подробно рассмотреть возможные варианты, «дерево» может иметь ответвления и порождать другое «дерево», посвященное целевой аудитории, ее мотивам, ценностям и желаниям. Эта связь позволяет определить главную проблему целевой аудитории, которой можно помочь посредством рекламируемого объекта.

Методы построения ментальной карты можно использовать для создания «гирлянды» ассоциаций. Гирлянда ассоциаций предназначена для поиска новых, творческих и необычных решений в рекламе, при этом новые идеи могут касаться как текстовой части, так и рекламного изображения. Задача гирлянды ассоциаций в том, чтобы построить метафорическую и очень объемную цепочку, результатом которой станет оптимальное решение.

Гирлянду начинаем формировать с цепочки синонимов, затем дополняем цепочкой признаков и заканчиваем гирляндой свободных ассоциаций. Как только ветвистая гирлянда построена, создаем всевозможное количество комбинаций между синонимами, признаками и ассоциациями. Таким образом у нас создаются новые вариации рекламируемого объекта, которые можно разделить на нерациональные, частично рациональные и рациональные, и принимается окончательное решение. Графическое изображение гирлянды ассоциаций значительно облегчает ее цельное восприятие.

Развитие ассоциативного мышления очень важно для дизайнера, и для этого существуют специальные упражнения. Например, выстраивать цепочку ассоциаций между несвязанными друг с другом словами. Ср., *диван* и *мухомор*: *диван* – *обивка* – *ткань* – *мухомор*. Можно воспользоваться игрой в ассоциации онлайн.

Другим известным методом из арсенала дизайнера является морфологический анализ, основанный на подборе возможных решений для отдельных частей задачи (морфологических признаков объекта) и последующем систематизированном получении их сочетаний (комбинировании). Термин предложил астроном и физик Фриц Цвикки (Zwicky Fritz, 1898–1974, Швейцария, США) в 1930-е годы. Морфология – наука о форме и структуре. В рекламном дизайне морфологический анализ используется следующим образом. Для рекламируемого товара составляется единый список основных характеристик или его частей, для них определяются возможные варианты потребительских предпочтений, выбираются самые значимые, анализируются преимущества той или иной характеристики и перечисляются интересные сочетания возможных исполнений для формирования концепции рекламного сообщения [3; 6].

Еще один подход, который трудно заменить чем-либо при создании рекламного сообщения, – метафорическое мышление. Именно метафора способствует формированию художественного образа в дизайне. В рекламном дизайне метафора позволяет достичь такого визуального эффекта, который вызывает обостренный интерес к объекту у потребителя. Визуальная метафора представляет собой основу для эффективной рекламной коммуникации в печатной рекламе.

Несмотря на то что рекламный плакат состоит из нескольких элементов, основным является изображение, поскольку именно оно привлекает внимание потребителя и заставляет его сфокусировать внимание на иллюстрации. Именно изображение передает идею быстро и эффективно.

В настоящее время в распоряжении дизайнеров есть такой волшебный инструмент, как программа Adobe Photoshop, которая позволяет реализовать самые креативные идеи. В этой программе можно создавать изображения, используя различные приемы: на-

меренно увеличивать или уменьшать детали, добавлять фантастический фон, совмещать несовместимые элементы, накладывать разные фактуры и текстуры, использовать несвойственные предметам цвета. В результате можно создавать любые оптические иллюзии, позволяющие использовать ай-стопперы в рекламных изображениях – коммуникативный прием, направленный на привлечение внимания. Обычно юмористические, шуточные или сюрреалистические изображения в рекламе возбуждают любопытство, заставляют остановить взгляд, вызывают яркие эмоции.

Сегодня дизайнеры все чаще обращаются за помощью к искусственному интеллекту (ИИ), который упрощает работу с цифровыми изображениями. Он позволяет выполнить как простые действия с изображением, например убрать и заменить фон, так и сложные – по описанию создать желаемое изображение. Однако чаще всего такое изображение нуждается в доработке, и в этом случае мы опять используем Adobe Photoshop.

Дизайнерам необходимо тренировать метафорическое мышление. Существуют специальные упражнения по развитию метафорического мышления и метафорические тренинги. Наиболее простые, которые можно использовать без чьего-либо руководства, – это представление известного предмета как нечто совершенно другого (например, облака как сахарной ваты), ведение метафорического дневника (описать свою повседневную жизнь в виде метафор), создание метафорических ассоциаций (запись случайных несвязанных слов и нахождение метафорической связи между ними) [5].

Метафора в рекламе выполняет множество функций: повышает запоминаемость бренда, создает множество ассоциаций вокруг продукта, объясняет просто сложные системы, упрощает коммуникацию с потребителем.

Т. Ю Благова в учебнике «Креативные методы дизайна» приводит 50 раз-

личных креативных техник, которые помогают дизайнерам создавать новизну в дизайн-объектах [2]. Для создания креативной рекламы необходимо упомянуть такой метод, как игра. Она позволяет свободно манипулировать формой и конструкцией объекта, а результатом эпатировать окружающих, вызвать интерес и нарушить правила. Игра – это интеграция методов, их совокупность. Используя методы деконструкции, перестановки, инверсии, трансформации, совмещения несовместимого, фокальных объектов, аналогии и других, можно создать запоминающийся рекламный образ. Игра – это всегда свобода, юмор, а результат может вызвать у потребителя удивление или улыбку.

Выводы. Краткий обзор методов формирования креативных идей в ре-

кламе позволяет выделить наиболее значимые для дизайнеров, которые чаще всего в наших реалиях выступают и в роли креаторов. На первом этапе следует использовать ментальные карты, которые позволяют систематизировать, структурировать, визуализировать информацию на любом этапе создания рекламы, анализировать целевую аудиторию: ее мотивы, ценности, желания. В зависимости от рекламной задачи вместо ментальной карты можно составить гирлянду ассоциаций. Далее необходимо перейти к созданию визуальной метафоры, которая способна передавать основную идею быстро и эффективно. Для этого желательно отнестись к процессу творчества как к игре: свободно манипулировать формой, цветом, создавая неожиданные комбинации, способные эпатировать потребителя.

1. Александрова Л. А. Креативность как фактор рекламной коммуникации (социально-философский анализ): автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Л. А. Александрова. – Ростов-на-Дону, 2009. – 21 с.

2. Благова Т. Ю. Креативные методы дизайна. Учебное пособие / Т. Ю. Благова. – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2018. – 80 с.

3. Панкина М. В. Основы методологии дизайн-проектирования: учебное пособие / М. В. Панкина. – Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2020. – 150 с.: ил.

4. Пономарев Я. А. Фазы творческого процесса / Я. А. Пономарев // Исследование проблемы психологии творчества. – Москва: Педагогика, 1983. – 261 с.

5. Черникова С. М. Методики активации мышления, применяемые в практике преподавания дизайна / С. М. Черникова // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodiki-aktivatsii-myshleniya-primenyayemye-v-praktike-prepodavaniya-dizayna> (дата обращения: 05.12.2023).

6. Шарипова Д. Ф. Сущность и особенности применения морфологического анализа при создании конкурентоспособных промышленных образцов / Д. Ф. Шарипова // Форум молодых ученых. – 2018. – № 6-3 (22). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-osobennosti-primeneniya-morfologicheskogo-analiza-pri-sozdanii-konkurentosposobnyh-promyshlennyh-obraztsov> (дата обращения: 01.12.2023).

Methods of forming creative ideas in advertising

The article analyzes the most common methods of forming creative ideas in advertising. The author pays special attention to the method of mental maps, morphological analysis, metaphorical thinking and the creation of a game situation that allows you to reduce the importance of the situation, liberate the imagination and freely manipulate shape, color and design.

Keywords: *creative, creative advertising, advertising message, target audience, mental map, metaphor.*

Сведения об авторах

Бородина Екатерина Евгеньевна, старший преподаватель кафедры дизайна ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», член Союза художников России, член Союза дизайнеров России

Димитриева Снежана Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Зайцев Эдуард Витальевич, магистрант 3 курса направления подготовки «Вокальное искусство» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Измаилова Алимэ Энверовна, магистрант 2 курса направления подготовки «Дизайн» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Луценко Артем Андреевич, аспирант 1 курса направления подготовки «Теория и история культуры, искусства» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Матросова Инэга Григорьевна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры дизайна ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Минина Ольга Михайловна, доцент, заведующая кафедрой хореографии ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», заслуженный работник культуры АРК, заслуженный работник культуры Украины

Нескоромный Кирилл Павлович, аспирант 2 курса направления подготовки «Теория и история культуры, искусства» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Проскуракова Елена Сергеевна, магистрант 3 курса направления подготовки «Хореографическое искусство» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Слободяник Юлия Александровна, аспирант 4 курса направления подготовки «Культурология» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Турчин Василий Васильевич, магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Федечко Людмила Викторовна, профессор кафедры театрального искусства ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского», заслуженный работник культуры Украины

Чебыкин Дмитрий Дмитриевич, аспирант 2 курса направления подготовки «Теория и история культуры, искусства» ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Чеглазова Мария Евгеньевна, кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Чимириис Станислав Васильевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Шадиева Ольга Павловна, аспирант 1 курса направления подготовки «Философская антропология, философия культуры», кафедра ЮНЕСКО ИГСУ РАНХиГС при Президенте Российской Федерации

Authors

Borodina Ekaterina Evgenievna, the Senior Lecturer of the Design Department of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism, the member of the Union of Artists of Russia, the member of the Union of Designers of Russia

Dimitrieva Snezhana Dmitrievna, the Candidate of Economic Sciences, the Associate Professor of the Department of Tourism of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Zaitsev Eduard Vitalievich, the 3rd year undergraduate of the Vocal Art Department of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Izmailova Alime Enverovna, the 2nd year undergraduate of the Design Department of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Lutsenko Artyom Andreevich, the 1st year postgraduate student of the field of study «Theory and History of Culture, Art» of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Matrosova Ineta Grigoryevna, the Candidate of Pedagogical Sciences, the Associate Professor of the Department of Design of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Minina Olga Mikhailovna, the Associate the Professor, the Head of the Choreography Department of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism, the Honored Worker of Culture of the ARC, the Honored Worker of Culture of Ukraine

Neskoromny Kirill Pavlovich, the 3rd year postgraduate student of the field of study «Theory and History of Culture, Art» of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Proskuryakova Elena Sergeevna, the 3rd year undergraduate of the Department of the Choreographic Art of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Slobodyanik Yulia Alexandrovna, the 4th year postgraduate student of the direction of training «the Cultural studies» of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Turchin Vasily Vasilyevich, the 2nd year undergraduate of the Tourism Department of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Fedechko Lyudmila Viktorovna, the Professor of the Department of Theatrical Arts of the Lugansk State Academy of Culture and Arts named after Mikhail Matusovsky, the Honored Worker of Culture of Ukraine

Chebykin Dmitry Dmitrievich, the 2nd year postgraduate student of the field of study «Theory and History of Culture, Art» of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Cheglazova Maria Evgenyevna, the Candidate of Geographical Sciences, the Associate Professor of the Department of Tourism of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Chimiris Stanislav Vasilyevich, the Candidate of Economic Sciences, the Associate Professor of the Department of Tourism, the Crimean University of Culture, Arts and Tourism

Shadieva Olga Pavlovna, the 1st year postgraduate student of the field of study «the Philosophical Anthropology, the philosophy of Culture», UNESCO Chair of IGSU RANEPА

СОДЕРЖАНИЕ

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Культурологические проблемы современного общества

К. П. Нескоромный

Соната для кларнета Ф. Пуленка:
репрезентация жанра во французской
музыкальной культуре XX века..... 3

Ю. А. Слободяник

Экскурсионный нарратив: специфика
репрезентации культурного наследия..... 10

Д. Д. Чебыкин

Культурная дипломатия как инструмент
мягкой силы: западный и отечественный опыт 16

О. П. Шадиева

Искусство коммуникаций в современной культуре:
методологический потенциал
семиотического подхода..... 22

Туризм в социокультурной сфере общества

- М. Е. Чеглазова, В. В. Турчин*
Разработка концепции развития
и продвижения глэмпинга
в индустрии туризма и гостеприимства
Республики Крым 27
- С. В. Чимирис, С. Д. Дмитриева*
Инновационные характеристики
внутреннего туризма в Российской Федерации..... 35

Образовательная среда в общекультурном пространстве

- О. М. Минина, Е. С. Проскурякова*
Гастроли итальянских трупп и их влияние
на хореографическое образование в России 41
- Л. В. Федечко*
Обобщение педагогического опыта
по формированию нравственной культуры
студентов творческих учебных заведений 47

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

<i>Е. Е. Бородина</i> «Правильная красота». Костюм как главный визуальный атрибут имиджа современника XXI века	51
<i>Э. В. Зайцев</i> Приемы полистилистики в мюзикле «Призрак оперы» Э. Л. Уэббера.....	56
<i>А. А. Луценко</i> Авторская ремарка как инструмент интерпретации в драматургии.....	65
<i>И. Г. Матросова, А. Э. Измаилова</i> Методы формирования креативных идей в рекламе	70
Сведения об авторах.....	75
Authors.....	76

Научное издание

ТАВРИЧЕСКИЕ СТУДИИ

№ 36 (2024)

Технический и художественный
редактор *Е. В. Мажарова*
Вёрстка *А. Н. Гладкая*

Подписано в печать: 20.03.2024
Формат 60x84 ¹/₈. Усл.-печ. л. 9,3
Тираж 30 экз. Заказ №14
Бесплатно
Дата выхода в свет 26.03.2024

Адрес редакции
295017, Российская Федерация, Республика Крым,
г. Симферополь, ул. Киевская, 39
Тел.: +7 (3652) 27-64-58
E-mail: nauka-kukiit@mail.ru

Адрес издательства
Издательство «Антиква»
295000, Российская Федерация, Республика Крым,
г. Симферополь, пер. Героев Аджимушкая, 6, оф. 3,
тел.: +7 (978) 891-37-01, e-mail: antikva07@mail.ru

Отпечатано с оригинал-макета заказчика
в типографии ИП Гальцовой Н. А.

Адрес типографии
295492, Российская Федерация, Республика Крым,
г. Симферополь, пгт Аграрное, ул. Парковая, 7, кв. 908