

ISSN: 2413-693X (Online)
ISSN: 1993-7768 (Print)

СЕРВИС *plus*

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

SERVICE *plus*



РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА

RUSSIAN STATE UNIVERSITY
OF TOURISM AND SERVICE

3 / 2022

том / vol. 16



Главный редактор:

Коновалова Е.Е. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.э.н., доцент

Заместитель главного редактора:

Бокарева Е.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.э.н., доцент

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Председатель: Погребова Е.С. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.э.н., доцент

Члены редакционного совета:

Ананьева Т.Н. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д.соц.н., профессор

Бокарева Е.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.э.н., доцент

Гаврилов А.Ю. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.экон.н.

Лапшин И. Е. – Российский университет дружбы народов (Россия, Москва), к.филос.н.

Алексеев М. – Индианский Университет (США, Блумингтон), профессор

Янь Сюэтуан – Университет Цинхуа (Китай, Пекин), профессор, директор Института международных отношений

Жолдасбеков А.А. – Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауезова (Казахстан, Шимкент), д. пед.н., профессор

Щеглова Л.В. – заведующая кафедрой философии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Россия, Волгоград), д.ф.н., профессор

Клименко М. – Школа экономики Технологического института Джорджия (США, Атланта), профессор

Коновалова Е.Е. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.э.н., доцент

Лэнг Л. – филиал Оксфорд Брукс Университета (Венгрия, Будапешт), профессор

Недкова А.С. – Университет им. профессора А. Златарова (Болгария, Бургас), доктор педагогики

Олсен Ш. – Телемарк Университет Колледж (Норвегия, Тромсё), профессор

Родионов Е.И. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.пед.н., доцент

Саенко Н.Р. – Московский политехнический университет (Россия, Москва), д.филос.н., профессор

Штремберг П. – Телемарк Университет Колледж (Норвегия, Бё), профессор

Эриксон Р. – Университет восточной Каролины (США, Гринвилл), профессор

Члены редакционной коллегии:

Аникеева О.А. – Российский государственный социальный университет (Россия, Москва), к.и.н., доцент

Архипова О.В. – Санкт-Петербургский государственный экономический университет (Россия, Санкт-Петербург), д.филос.н., профессор

Багдасарян В.Э. – Московский государственный областной университет, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Россия, Москва), д.и.н., профессор

Дмитриев А.В. – Институт философии (Россия, Москва), д.филос.н., профессор, академик РАН

Ежова Е.Н. – СевероКавказский федеральный университет (Россия, Ставрополь), д.фил.н., профессор

Заернюк В.М. – Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (Россия, Москва), д.э.н., профессор

Королева О.В. – Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского (Россия, Саратов), к.и.н., доцент

Лагусев Ю.М. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д.пед.н., профессор

Лыскова О.В. – Саратовский государственный технический университет им. Ю.А. Гагарина, (Россия, Саратов), к.и.н., д.соц.н., профессор

Мамедов Азер Агабала оглы – Государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева (Россия, Москва), д.ф.н., профессор

Радина О.И. – Донской государственный технический университет (Россия, Ростов-на-Дону), д.э.н., профессор

Харитоновна Т.В. – Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, Москва), к.э.н., доцент

Чигрин В.А. – Крымский филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Россия, Симферополь), д.соц.н., профессор

Шалаева Н.В. – Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова (Россия, Саратов), д.и.н., профессор

Юдина Е.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.соц.н., доцент

Ответственный секретарь:

Афанасьева А.В. – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.геогр.н., доцент

СЕРВИС_{plus}

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Содержание:

ТУРИЗМ

Газилов М.Г. Проблемы и пути развития внутреннего туризма в России на примере туристического центра Г униб в Дагестане 3

Ден В.Г. Гастрономический туризм как форма репрезентации повседневной культуры питания населения дальнего востока (на примере Приморского края) 10

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ

Груздева М.В., Логинова Н.Ю. Формирование и развитие гибких навыков на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе 20

Кортунов В.В., Сафонова С.С. Социокультурные проблемы развития биологии 28

Немчинова Е.Е. Композиция товарного знака 44

Рыбак М.В., Крылова Т.В. Использование аутентичного аудио- и видеоматериала в обучении студентов неязыкового вуза 52

Светличная И.В. Роль я-концепции в гармонизации персонального имиджа 60

Слинкова О.К., Тхоренко Д.А. Мотивация профессионального самоопределения студентов, обучающихся на сервисных направлениях 74

Тюфанова А.А., Шелаева М.И., Савкина Н.А., Баврина Ю.Н., Бадасян Р.А. Корректировка мотивационно-фоновых характеристик иностранных студентов в процессе адаптации в высшей школе 84

Тюфанова А.А., Шелаева М.И., Савкина Н.А., Мамонтова Ю.Ю. Трансформация подходов психолого-педагогического управления в условиях дистанционного обучения 93

КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ

Ермилова Д.Ю., Концепция арт-дизайна в дизайне одежды 102

Каменная Е.О. Ценностные ориентации молодежи в современной культуре (на примере студентов ВГУЭС) 114

Кепа Ю.Н. Дизайнерские концепции «Эко» интерьера и русской плетеной мебели 124

Оконникова Т.И., Берестова Е.М., Акатьева Л.В. Стрит-арт в культурном ландшафте Ижевска 136

Переводчик: Макарова А.И. - Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к.фил.н., доцент
Свидетельство о регистрации
ЭЛ ФС77-69428 от 14 апреля 2017 г.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Издательство ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса: 141221, Московская обл., Пушкинский р-н, дп. Черкизово, ул. Главная, д. 99, кор. 1.
Тел./факс: 8 (495) 940-83-63 доб. 395 www.RGUTS.ru
e-mail: redkollegiamgus@mail.ru



VOLUME 16,
№2 — 2022

Editor-in-Chief: Konovalova Elena E. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor
Deputy Editor-in-Chief: Bokareva Elena V. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor
Editorial board: Pogrebova Elena S. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor
Konovalova Elena E. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor
Bokareva Elena V. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor
Ananieva Tatiana N. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Sociology, Professor
Gavrilov Andrey Yu. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Economics
Lapshin Ivan E. - Peoples Friendship University of Russia (Russian Federation, Moscow), PhD in Philosophy
Alexeev Michael - Indiana University (USA, Bloomington), PhD in Economics, Professor
Yan Xuetong - Tsinghua University (China, Beijing), Professor
Director of the Institute of International Relations.
Zholdasbekov Abdimanat A. - Abai Kazakh National Pedagogical University, (Almaty), PhD (Dr.Sc.) in Pedagogy
Shcheglova Lyudmila V. - Volgograd State Socio-Pedagogical University (Russian Federation, Volgograd), PhD in Philosophy, Professor
Klimenko Mikhail M. - Georgia Institute of Technology (USA, Atlanta), Professor
Láng László - Oxford Brookes University (Budapest, Hungary), Professor
Nedkova Antonina S. - UNIVERSITY PROF. D-R ASEN ZLATAROV, (Bulgaria, Burgas), PhD in Pedagogy
Olsen Kjell Ole Kjærland - UiT The Arctic University of Norway (Norway, Tromsø), Professor
Rodionov Eugene I. - Russian State University of Tourism and Service (Russia, Moscow), PhD in Pedagogy
Saenko Natalia R. - Moscow Polytechnic University (Russian Federation, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Philosophy
Strömberg Per - University of South-Eastern Norway (Norway, Boeuf), Associate Professor
Ericson Richard E. - East Carolina University (USA, Greenville), Professor
Members of Editorial Staff:
Anikeeva Olga A. - Russian State Social University (Russian Federation, Moscow). PhD in Sociology, Associate Professor
Arkhipova Olga V. - Saint Petersburg State University of Economics (Russian Federation, Saint Petersburg), PhD in Philosophy, Professor
Vardan E. Bagdasaryan – Moscow State University (Russian Federation, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in History
Anatoliy V. Dmitriyev – Institute of Philosophy (Russian Federation, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Philosophy, Professor, member of Russian Academy of Sciences.
Yezhova Elena N. - North Caucasus Federal University (Russian Federation, Stavropol), PhD (Dr.Sc.) in Philology, Professor
Zaemyuk Viktor M. – Russian State Geological Prospecting University (Russian Federation, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Economics
Koroleva Oksana V. - Saratov State University (Russian Federation, Saratov), PhD in History, Associate Professor
Lagusev Yuriy M. – Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Pedagogy
Lysikova Olga V. - Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, (Russian Federation, Saratov), PhD in History, PhD (Dr.Sc.) in Sociology, Professor
Mamedov Azer A. - Russian State Agrarian University-Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev (Russian Federation, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Philosophy, Professor
Radina Oksana I. – Don State Technical University (Russian Federation, Rostov-on-Don), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor
Kharitonova Tatiana V. – Finance University under the Government of the Russian Federation (Russian Federation, Moscow), PhD in Economics, Associate Professor
Chigrin Viktor A. - V.I. Vernadsky Crimean Federal University, (Russian Federation, Simferopol), PhD (Dr.Sc.) in Sociology, Professor
Shalaeva Nadezhda V. - Saratov State Agrarian University Named After N.I. Vavilov, (Russian Federation, Saratov), PhD (Dr.Sc.) in History, Professor
Yudina E.V. - Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Sociology, Associate Professor
Executive secretary: Afanasieva Alexandra V. – Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), PhD in Geography, Associate Professor
Translator: Alexandra I. Makarova – Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow)

SERVICE^{plus}

SCIENTIFIC JOURNAL

Content:

TOURISM

Magomed G. GAZILOV Problems and ways of development of domestic tourism in Russia on the example of the Gunib tourist center in Dagestan 3

Valeria G. DEN Gastronomic tourism as a form of representation of everyday food culture of the population of the far east (by the example of Primorsky krai) 10

SCIENCE AND EDUCATION

Maria V. GRUZDEVA, Natalya Yu. LOGINOVA Soft skill formation and development in foreign language classes at nonlinguistic university 20

Vadim V. KORTUNOV, Stanislava S. SAFONOVA Sociocultural problems of biology development 33

Elena E. NEMTCHINOVA Trademark composition 44

Marina V. RYBAK, Tatiana V. KRYLOVA The use of authentic audio and video materials in teaching students of a non-linguistic university 52

Irina V. SVETLICHNAYA The role of the self-concept in the harmonization of personal image 60

Olga K. SLINKOVA, Daria A. TKHORENKO Motivation of professional self-determination of students studying in service directions 74

Anna A. TUFANOVA, Maria I. SHELAEVA, Natalia A. SAVKINA, Julia N. BAVRINA, Ritta A. BADASIAN Adjustment of motivational and background characteristics of international students in the process of adaptation in higher education 84

Anna A. TUFANOVA, Maria I. SHELAEVA, Natalia A. SAVKINA., Julia Ju. MAMONTOVA. Transformation of psychological and pedagogical management approaches in distance learning conditions 93

CULTURE AND CIVILIZATION

Daria Yu. ERMILOVA. The concept of art design in fashion design 102

Elena O. KAMENNAYA. Value orientations of youth in modern culture (on the example of students of VSUES) 114

Yuri N. KEPA Designer concepts of eco interior and Russian wicker furniture 124

Tatiana I. OKONNIKOVA, Ekaterina M. BERESTOVA, Larisa V. AKATIEVA Street art in the cultural landscape of Izhevsk 136

ТУРИЗМ / TOURISM

УДК 338.487

DOI: 10.5281/zenodo.7378105

**ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА
В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО
ЦЕНТРА ГУНИБ В ДАГЕСТАНЕ****ГАЗИЛОВ Магомед Газилович**

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Доктор филологических наук, профессор; e-mail: mag.wizard@yandex.ru

Аннотация. В работе анализируются актуальные тенденции и ближайшие перспективы развития регионального туризма в Российской Федерации на примере Гунибского района Дагестана. В последние годы процент соотечественников, которые интересуются туристскими аттракциями страны и предпочитают путешествовать самостоятельно внутри России, в частности по Дагестану, вырос в несколько раз. Однако темпы развития внутреннего туризма в регионе далеки от желаемых. Горный край на берегу южного моря обладает уникальным рекреационным и природным ресурсом для активного отдыха туристов, но богатый потенциал солнечного Дагестана до сих пор не используется должным образом. Цель исследования – определить проблемы и пути развития внутреннего туризма, который становится очень актуальным в эпоху конца неолиберальной глобализации, новой мировой дезинтеграции и вирусного кризиса. Автор выделяет основные препятствия, с которыми сталкивается индустрия туризма и гостеприимства в самом южном регионе России, исследует механизмы и меры по стимулированию комплексного развития региональной туристской инфраструктуры и приходит к выводу, что развитие дагестанских туристских центров и рекреационных ресурсов, связанных в том числе и с ростом интереса к этнокультурному наследию автохтонных народов, может стать мощным катализатором социально-экономического развития местного региона в наше непростое время; мира без границ и искусственных ограничений.

Ключевые слова: внутренний туризм, туристические базы Гуниба, село Хиндах, туризм в Дагестане, Лагуна Голхин.

Для цитирования: Газилов М.Г. Проблемы и пути развития внутреннего туризма в России на примере туристического центра Гуниб в Дагестане. // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 3-9. DOI: 10.5281/zenodo.7378105

Статья поступила в редакцию: 19.09.2022.

Статья принята к публикации: 07.10.2022.

PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN RUSSIA ON THE EXAMPLE OF THE GUNIB TOURIST CENTER IN DAGESTAN

Magomed G. GAZILOV

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Doctor of Philology, Professor; e-mail: mag.wizard@yandex.ru

Abstract. The present article contains the analysis of current trends and near-term prospects for development of regional tourism in the Russian Federation based on the example of Gunibsky district of Dagestan. In the last few years, the number of Russian citizens who are interested in the country's tourist attractions and prefer to travel independently within Russia, in particular in Dagestan, has grown several times. However, the pace of domestic tourism development is far from the desired. With its significant natural and recreational potential, Dagestan as the region of mountains, canyons and dunes, located on the seashore, still occupies a modest place in the Russian domestic tourist market. This research aims to identify the problems and ways of developing domestic tourism which is becoming very relevant in the era of the end of neoliberal globalization, new world disintegration and virus crisis. The author examines the mechanisms and measures to stimulate the integrated development of regional tourism infrastructure and concludes that the development of Dagestan tourist centers and recreational resources, including those associated with the growing interest in the ethnocultural heritage of autochthonous peoples, can become a powerful catalyst for the socio-economic development of the local region in our difficult oxymoronic time, world without borders and artificial restrictions.

Keywords: domestic tourism, Gunib tourist centers, tourism in Dagestan, Gunibsky district, Laguna Golhin.

For citation: Gazilov M.G. (2022). Problems and ways of development of domestic tourism in Russia on the example of the Gunib tourist center in Dagestan. *Service plus*, 16(3), Pp.3-9. DOI: 10.5281/zenodo.7378105 (In Russ.).

Submitted: 2022/09/19.

Accepted: 2022/10/07.

*Воздух там чист, как молитва ребенка;
И люди как вольные птицы...*
М. Ю. Лермонтов

В мировой экономике туризм считается сегодня одной из самых перспективных и динамично развивающихся отраслей, многие признают его даже экономическим феноменом нашего столетия. Во многих странах туризм является основой экономики как, например, в Таиланде, на Мальте или на Мальдивах.

В последние годы в силу объективных причин Россия в эпоху постглобализации, огромных скоростей, а также и ограничений стала больше внимания уделять внутреннему туризму, который становится одним из перспективных направлений развития и современной российской экономики. Введенная политика санкционных мер против России со стороны европейских стран, нанесла ощутимый удар и по российскому туризму, сократились туристские потоки в Европу, ухудшился имидж России как страны, благоприятной для въездного туризма [14, с. 112].

Особенно во время коронавирусного периода начался подъем внутреннего активного туризма, резко вырос в этот период интерес граждан России к туристским ресурсам страны, к памятникам культуры и истории. Однако в большинстве случаев российские регионы, в частности бизнес и местные власти, оказались не совсем готовы к такому наплыву внутренних туристов.

Актуальность исследования связана с решением следующих задач: во-первых, оценить готовность региона (бизнеса, властей, а также местного населения) к развитию внутреннего туризма; во-вторых, исследовать потенциал рекреационных ресурсов региона, в частности Гуниба; в-третьих, определить основные препятствия для развития потенциала локальных рекреационных ресурсов.

Как уже отмечалась, в силу многих объективных причин отдых внутри России сегодня становится весьма актуальным. В частности, набирает обороты активный отдых на Северном Кавказе с его заповедными лесами, хрустально чистым воздухом и белоснежными вершинами, которые манят туристов со всей России и даже из

за рубежа. Особое место занимает здесь Дагестан (с тюркского даг «гора», персидского стан «земля, страна»). Географически выгодно расположившись, страна гор служит «мостом», связывающим Азию с Европой, Север с Югом. С древнейших времен здесь пролегали крупные торговые пути. И сегодня самая южная республика Российской Федерации привлекает к себе огромное внимание своими морскими пляжами, горными пейзажами и древней культурой автохтонных этносов. Индустрия отдыха и развлечения в Дагестане только начинает развиваться, но уже сотни тысяч россиян выбирают этот край гор, каньонов и дюн для путешествий и активного отдыха.

Дагестанский город Каспийск, возникший в начале двадцатого века как производственно-рабочий поселок Двигательстрой [11, с. 36] для строительства завода двигателей – сегодня самый южный порт страны (и главная база Каспийской флотилии Военно - Морского Флота Российской Федерации). Сулакский каньон – один из самых глубоких каньонов в мире и самый глубокий в восточном полушарии (около 2000 метров), глубже самого Гранд-Каньона в США и Каньона реки Тара [1, с. 23; 2, с. 8]. Живописный каньон, расположенный в долине реки Сулак в центральной части солнечной республики, является одной из самых популярных достопримечательностей Дагестана. Ежегодно его посещают сотни тысяч туристов из разных уголков России и со всего света. Дербент (с персидского دربند [drband] «завтор на воротах»), основанный персидской династией Сасанидов, – самый древний российский город. Первое упоминание об «Узких (связанных) Каспийских воротах» относится к IV веку до н.э. и встречается у известного древнегреческого географа Гекатея Милетского [7, с.16; 15, с. 23].

В самом древнем городе Российской Федерации находится и самая древняя мечеть России Джума и одна из первых в мире (VIII век). Таких мечетей, сохранившихся и действующих, в мире всего несколько [11, с. 47; 16, с. 10]. Крупнейший песчаный бархан в Европе расположен 18 километрах от столицы Дагестана. Сарыкум (или Сарыкум, с тюркского «желтые пески») – одна из крупнейших и старых песчаных дюн Евразии. Именно здесь проходили съемки культового со-

ветского фильма «Белое солнце пустыни» [3, с.161; 10, с. 238].

Следует отметить также уникальный Самурский национальный парк, созданный постановлением Правительства Российской Федерации от 25 декабря 2019 года на юге Дагестана, общая площадь которого составляет 48273 га. Парк уникален: охватывает самые высокие горные массивы Восточного Кавказа и включает единственный в России сохранившийся до наших дней широколиственный лиановый лес.

Таким образом, Дагестан имеет огромный природный и рекреационный ресурс, который, к сожалению, не полностью используется и все еще ждет своего часа. Перспективы развития туризма, а также пути решения проблем, с которыми сталкиваются дагестанские туристские центры и рекреационные ресурсы, требуют более тщательно анализа и изучения. Рассмотрим более детально данный аспект на примере одного из популярных в последние годы среди россиян туристических центров Дагестана – Гуниба и его окрестностей. Относительная стабильность, а также возросший интерес к внутреннему туризму способствует сегодня развитию активного туризма в этом прекрасном регионе с хрустально чистым горным воздухом.

«Кто не видел Гуниб, тот не видел Дагестан», – так говорят местные. Гунибское плато имеет форму седла, высота его достигает до 2350 м над уровнем моря. На крутом склоне горного плато в виде античного амфитеатра располагается и само знаменитое село Гуниб (с аварского «куча» или «стог»). Туристско-рекреационный потенциал Гунибского региона огромен. Изучить его можно по кратчайшему пути: дорога начинается на равнинной части республики и поднимается высоко в горы. От города Махачкала до села Гуниб всего 140 км. Однако местные гиды советуют удлинить немного маршрут и проехать через Гимры и Ирганайское водохранилище, а также по дороге еще завернуть к Сулакскому каньону. Эта дорога очень живописна. Красив и сам высокогорный Гуниб в любое время года: здесь леса и альпийские луга, пещеры и водопады, а также всегда много солнца.

Дагестан, расположенный на Кавказе, на стыке Азии и Европы, славится еще и как уникальный в этноязыковом отношении регион. Еще у арабских средневековых географов Дагестан был известен не только как «страна гор», но и как «гора языков» где встречается около 50 языков. Существует красивая притча: Бог после сотворения мира возвращался, когда его мешок с языками зацепился за вершину одной из многочисленных гор Дагестана, и все оставшиеся после раздачи языки высыпались на дагестанскую землю... [5, с. 628]. Возможно, и поэтому почти у каждого села в Гунибском районе свой неповторимый диалект (а иногда даже свой собственный язык...).

Гунибские горы имеют богатую историю. Именно здесь был разгромлен иранский предводитель Надир Шах в 1741 году. Именно здесь закончилась почти полувековая Кавказская война XIX века. Прежде аварский аул Гуниб располагался в верхней части склона, и добраться туда было непросто. Недаром легендарный имам Шамиль во время Кавказской войны выбрал этот высокогорный аул, ставшим последним прибежищем имама. Впоследствии по приказу русского царя здесь построили казармы, почтовую станцию, разместили гарнизон. Так писал Расул Гамзатов о Гунибе:

«Здесь белая береза, гостя с севера,
И серебристый тополь коренной
У валуна щербатого и серого
Сплелись навек корнями под землей» [13, с. 114].

Гуниб можно разделить на три уровня: нижний Гуниб, верхний Гуниб и природный парк. Эти части разделены скальными ступенями. Между нижним и верхним Гунибом стоят ворота Бяратинского, между верхним Гунибом и парком – ворота Шамиля и крепостные стены времен Кавказской войны. Место встречи Бяратинского и Шамиля отмечено ротондой (на туристической карте это место, как правило, обозначается как Беседка Шамиля). В ста метрах выше беседки находится так называемая Царская поляна, на которой 11 сентября 1872 года происходил торжественный обед в честь прибывшего в Гуниб императора Александра II. Царский стол стоял на возвышен-

ности, а для приглашенных офицеров на поляне были вырыты траншеи, в которых поставили скамейки. Дело в том, что столов и стульев на несколько сот человек ни в крепости, ни в близлежащих аулах не смогли найти, тогда один из генералов предложил «выкопать» столы. Столами служило нетронутое ровное пространство, т.е. борта траншей. Следы тех траншей до сих пор заметны [8, с. 10].

Здесь же расположен филиал научного центра Российской академии наук, в ведении которого находится уникальный ботанический сад, где произрастает более 600 видов растений. Русский врач и ученый Николай Иванович Пирогов, который впервые в мировой практике в полевых условиях применил наркоз в окрестностях Гуниба, также первым в качестве курорта оценил идеально чистый горный воздух Гуниба. Сын императора Великий князь Павел Александрович Романов в детстве часто болел, отчего знаменитый хирург посоветовал царю сменить ребенку климат и отправить его в Гуниб. В 1867 г. здесь был построен большой двухэтажный белокаменный дом на европейский манер (мебель и посуда были доставлены прямо из Петербурга). Дом-дворец, где некоторое время жил Великий князь Павел Александрович, наслаждаясь величественными горными пейзажами окрестностей Гуниба, сохранился до наших дней. Именно в селе Гуниб в семье коменданта Гунибского гарнизона генерала Д. В. Комарова родилась и известная писательница, драматург Олга Форш, тетья поэтессы Нины Хабиас [8, с. 6].

Недалеко от Гуниба на противоположном берегу реки Каракойсу находится подземный Салтинский водопад, а рядом с ним – дагестанские пирамиды – зеленые холмы почти идеальной конусообразной формы, и Кегерское плато (именно с Кегерского плато И. К. Айвазовский в 1869 году написал свою картину «Аул Гуниб в Дагестане», Государственный Русский музей) [7, с. 14]. Если же от села Гуниб подняться выше по ущелью, то через 20 км мы попадаем в заброшенный аул-призрак Гамсутль, его часто сравнивают с Мачу-Пикчу.

А к северу в пяти километрах от Гуниба раскинулось небольшое живописное село Хиндах,

которое в туристический сезон утопает в садах. Хиндах издревле славился своими знаменитыми фруктовыми садами, особенно абрикосовыми, которых воспевал в своем стихотворении сам Расул Гамзатов. Интересна для туристов и старинная часть Хиндаха; еще кое-где сохранились руины неприступного аула-крепости, возвышавшегося над пропастью, под которой мирно течет горная река Каракойсу (название переводится с тюркского как «черная овечья вода», что говорит о ее мутном состоянии во время паводков). Немного ниже на противоположном берегу реки располагается новый современный туристический комплекс Лагуна Голхин (Laguna Golhin), распахнувший радушно свои двери в 2021 году. Именно отсюда открывается прекрасный вид на величественные горы и на изумрудную гладь водохранилища Гунибского ГЭС.

Гуниб славится многочисленными памятниками: крепостными стенами времен Кавказской войны XIX века, Карадахской тесниной (или «Воротами чудес»), древним византийским Датунским храмом IV – VI веков, расположенным выше села Карадах, а также многочисленными пещерами и водопадами. Как мы видим, туристско-рекреационный потенциал Гунибского региона уникален. Район имеет также наилучшие условия для развития санаторно-курортного хозяйства и многих видов отдыха и туризма. Это связано, как уже отмечалось, с благоприятными природными условиями и их разнообразием. Только в 2021 году в этот небольшой высокогорный район, по неофициальным данным, приехало около полумиллиона туристов. К такому наплыву туристов Гуниб не совсем был готов, к числу отрицательных причин можно отнести нехватку гостиниц с комфортными условиями проживания. Здесь, как и в некоторых других областях России, остро стоит проблема развития туристической инфраструктуры; невысокий уровень сервиса, недостаток квалифицированных кадров [4, с. 16]; отсутствие рекламы. Кроме того, местные власти не всегда стремятся помочь частному бизнесу, который вкладывает свои инвестиции в сферу туризма, не совсем понимая, что частные инвестиции в сфере туризма и гостеприимства способствуют налоговым отчислениям и пополняют местный бюджет,

создают новые рабочие места, способствуют развитию местной экономики, одним словом, поднимают уровень жизни местного населения.

Результаты проведенного анализа позволяют выделить следующие основные препятствия, с которыми сталкивается индустрия туризма и гостеприимства сегодня в данном горном регионе:

1) отсутствие квалифицированных кадров;
2) нехватка гостиниц и неблагоприятный инвестиционный климат (региональные административные барьеры, отсутствие реальных налоговых и других льгот для туристической отрасли);

3) при взаимодействии с региональными и местными властями в сфере туризма предприниматели отмечают, что поддержка осуществляется чаще всего на словах;

4) помимо медленно растущего качества туристических услуг, существует также проблема негативной пропаганды в СМИ. Россия как турнаправление имеет, к сожалению, не очень положительный имидж не только у иностранцев, но иногда и у самих россиян [4, с. 16].

Все это не может не тормозить развитие туристической отрасли в целом в данном регионе. Но несмотря на существующие определенные проблемы в развитии внутреннего туризма, в последнее время в этой сфере видны и положительные сдвиги. Так, например, активно строятся частные мини-отели и кафе в самом Гунибе и в его окрестностях, в частности в Чохе, Согратле и Хиндахе. Как уже отмечалось, совсем недавно построена современная туристическая база Лагу-

на Голхин с комфортными условиями высокого уровня, с гостиницей и рестораном, расположенные на берегу водохранилища недалеко от Гуниба.

Что касается подготовки профессиональных кадров, то и здесь намечается прогресс: в стенах ведущего профильного университета РГУ-ТИС в Подмосковье учатся сегодня 6 студентов из Гунибского района, сотрудничество также намечается и с дагестанским филиалом РГУТИС в Махачкале, в частности в области проведения курсов повышения квалификации для местных сотрудников, работающих в туристической Гуниба (в частности, для Лагуна Голхин). Такая подготовка кадров в сфере туризма – очень важный аспект в развитии регионального туризма и гостеприимства, ибо качество предоставляемых услуг напрямую зависит от квалификации местных кадров, а удовлетворение гостей в сфере обслуживания достигается, как известно, компетентностью именно местного персонала. Надеемся, что данное сотрудничество будет очень плодотворным; Дагестану и в частности Гунибу сегодня очень нужны высококвалифицированные специалисты в области туризма и гостеприимства.

В заключении также хотелось бы отметить, что развитие активного туризма, связанного в том числе и с ростом интереса к этнокультурному наследию автохтонных народов, создает, кроме всего, дополнительные (и так необходимые) рабочие места, решая одну из важнейших проблем высокогорного края – безработицу.

Список источников

1. Атаев Д. М. Путеводитель по Дагестану. Махачкала, 1999. 144 с.
2. Ахмедханов К.Э. Путешествие по Дагестану: практическое руководство. Москва. Физкультура и спорт. 1998. 272 с.
3. Костров А.В. Белое солнце геополитики // Новый исторический вестник. Москва. РГГУ. 2017. № 1 (51). С.152–165.
4. Газиллов М. Г. Имидж туристической России: проблемы и пути решения // Сервис plus. 2020. Т.14 № 2. С. 13–17.
5. Газиллов М. Г. К вопросу о компаративном исследовании неродственных языков (на материале французского и аварского языков) // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 6 (85). С. 628–630.
6. Гусейнов Г.-Б. Я. Краткая энциклопедия города Дербента. Махачкала. Юпитер. 2005. 127 с.
7. Гордеева М. В. Иван Константинович Айвазовский (1817–1900). Юбилейный выпуск. Комсомольская правда. 2016. 61 с.

8. Ершов М.А. Дагестан. Гуниб. Москва. 2018. 25 с.
9. Лермонтов М.Ю. Собрание сочинений в четырех томах. А.Н. СССР. 1958. Т. 1. 755 с.
10. Осипов Ю.С. Большая российская энциклопедия// Дагестанский заповедник. 2007. С. 238.
11. Османов А.И. История Дагестана с древнейших времен до наших дней. Москва. Мамонт.Т.2. 162 с.
12. Поспелов Е.М. Географические названия России. Топонимический словарь. Астрель. АСТ. 2008. 253 с.
13. Гамзатов Р.Г. Очаг мой, Дагестан. Махачкала, 2010. 229 с.
14. Gozalova, M.R., Gazilov, M.G. The Tourist image of Russia in Europe// Turismo-Estudios E Practicas, (UERN), Caderno Suplementar, N 03, 2020 (ISSN 2316-1493-Brazil-Wos). P. 110–118.
15. Minorsky V. History of Sharvan and Darband in the 10th – 11th centuries. Cambridge, 1958. P. 23-29.
16. Parham E. La ville «iranienne» de Derbent, la plus vieille ville de la Fédération de Russie // La revue de Téhéran. 2021. № 175. P. 13–18.

References

1. Atayev D. M. (1999). Putevoditel po Dagestanu [Dagestan Travel Guide]. Makhachkala, 144. (In Russ.).
2. Ahmedhanov K.E. (1998). Puteshestvie po Dagestanu: prakticheskoe rukovodstvo [Travel to Dagestan: a practical guide]. Physical education and sports. Moscow, 272. (In Russ.).
3. Kostrov A.V. (2017). Beloe solnce geopolitiki [The White sun of geopolitics // New Historical Bulletin]. Moscow. 1 (51), 152–165. (In Russ.).
4. Gazilov M.G. (2020). Imidzh turisticheskoy Rossii: problemy i puti resheniya [Image of tourist Russia: problems and solutions]. The plus service. V. 14. № 2, 13–17. (In Russ.).
5. Gazilov M.G. (2020). K voprosu o komparativnom issledovanii nerodstvennykh yazykov (na materiale frantsuzskogo i avarskogo yazykov) [On the question of comparative study of unrelated languages (based on the material of French and Avar languages)]. World of Science, Culture, education, 6 (85), 628–630. (In Russ.).
6. Gusejnov G.-B. Y. (2005). Kratkaya enciklopediya goroda Derbenta [A brief encyclopedia of the city of Derbent]. Makhachkala. Jupiter, 127. (In Russ.).
7. Gordeyeva M. V. (2016). Ivan Konstantinovich Aivazovsky (1817-1900). Anniversary issue. Komsomolskaya Pravda, 61. (In Russ.).
8. Ershov M.A. (2018). Dagestan. Gunib. Moscow, 25. (In Russ.).
9. Lermontov M.Y. (1958). Sobraniye sochineniy v chetyrekh tomakh. A.N. SSSR [Collected works in four volumes USSR]. V. 755. (In Russ.).
10. Osipov Y.S. (2007). Bol'shaya rossijskaya enciklopediya// Dagestanskij zapovednik [The Great Russian Encyclopedia // Dagestan Nature Reserve]. 238. (In Russ.).
11. Osmanov A.I. (2001). Istoriya Dagestana s drevnejshih vremen do nashih dnei [The history of Dagestan from ancient times to the present day]. Moscow. Mammoth. V.2, 162. (In Russ.).
12. Pospelov E.M. (2008). Geograficheskie nazvaniya Rossii. Toponimicheskij slovar' [Geographical names of Russia. Toponymic dictionary]. AST, 253. (In Russ.).
13. Gamzatov R.G. (2010). Ochag moy, Dagestan [My hearth, Dagestan]. Makhachkala, 229. (In Russ.).
14. Gozalova, M.R., Gazilov, M.G. (2020). The Tourist image of Russia in Europe// Turismo-Estudios E Practicas, (UERN), Caderno Suplementar, 03, (ISSN 2316-1493-Brazil-Wos), 110–118.
15. Minorsky V. (1958). History of Sharvan and Darband in the 10th – 11th centuries. Cambridge, 23-29.
16. Parham E. (2021). La ville «iranienne» de Derbent, la plus vieille ville de la Fédération de Russie. Téhéran. 175, 13–18.

ТУРИЗМ / TOURISM

УДК 008

DOI: 10.5281/zenodo.7378255

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПОВСЕДНЕВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПИТАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

ДЕН Валерия Гихоевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (Владивосток, РФ);

Ассистент; e-mail: valeradenla@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается гастрономический туризм как форма репрезентации повседневной культуры питания. Актуальность осуществленного исследования обусловлена тем, что до настоящего времени в науке в исследовании туристской деятельности эмпирический прагматический уровень познания превалировал над теоретическим, что ограничивало теоретико-методологическое обоснование ее сущности, тормозило развитие, снижало эффективность и перспективность. Гастрономический туризм, в свою очередь, является специфической формой освоения культурного наследия других народов. Цель исследования – установить теоретические подходы и выявить специфику гастрономического туризма как формы репрезентации повседневной культуры питания жителей Дальневосточного региона (на примере Приморского края). В рамках данной статьи была выделена теоретико-методологическая основа, отражающая специфику научной проблемы. Научная новизна исследования заключается в определении сущностных характеристик гастрономического туризма, выявлении его функций; выявлены специфические особенности повседневной культуры питания жителей Приморского края.

Ключевые слова: гастрономический туризм; повседневная культура питания; питание жителей Дальнего Востока; повседневность; функции гастротуризма.

Для цитирования: Ден В.Г. Гастрономический туризм как форма репрезентации повседневной культуры питания населения дальнего востока (на примере Приморского края). // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 10-19. DOI: 10.5281/zenodo.7378255

Статья поступила в редакцию: 14.09.2022.

Статья принята к публикации: 30.09.2022.

GASTRONOMIC TOURISM AS A FORM OF REPRESENTATION OF EVERYDAY FOOD CULTURE OF THE POPULATION OF THE FAR EAST (BY THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI)

Valeria G. DEN

Vladivostok State University of Economics and Service (Vladivostok, Russia);
Assistant; e-mail: valeradenla@gmail.com

Abstract. The article considers gastronomic tourism as a form of representation of everyday food culture. The relevance of the study is due to the fact that until now in science in the study of tourism activities, the empirical pragmatic level of knowledge prevailed over the theoretical one, which limited the theoretical and methodological justification of its essence, hindered development, reduced efficiency and prospects. Gastronomic tourism, in turn, is a specific form of mastering the cultural heritage of other peoples. The purpose of the study is to establish theoretical approaches and identify the specifics of gastronomic tourism as a form of representation of the everyday food culture of the inhabitants of the Far East region (on the example of Primorsky Krai). Within the framework of this article, a theoretical and methodological basis was singled out, reflecting the specifics of the scientific problem. The scientific novelty of the study lies in determining the essential characteristics of gastronomic tourism, identifying its functions; the specific features of the everyday food culture of the inhabitants of Primorsky Krai were revealed.

Keywords: gastronomic tourism; daily food culture; nutrition of residents of the Far East; everyday life; functions of gastrotourism.

For citation: Den V.G. (2022). Gastronomic tourism as a form of representation of everyday food culture of the population of the far east (by the example of Primorsky krai). *Service plus*, 16(3), Pp.10-19. DOI 10.5281/zenodo.7378255 (In Russ.).

Submitted: 2022/09/14.

Accepted: 2022/09/30.

Введение

В современной российской культуре активизировалась туристская деятельность как способ не только организации отдыха и досуга, но и как специфическая форма освоения культурного наследия других народов. Причем изначально эта сфера деятельности рассматривалась как организация поездок и путешествий преимущественно с целью получения образования, лечения или отдыха.

Лишь в XIX, в большей степени в конце XX вв. актуализируются российские научные исследования сферы повседневной культуры. Глобализация мирового пространства, в свою очередь, способствовала значительному расширению обыденной жизни людей и росту их потребностей в познании окружающего мира и других культур.

К тенденциям современной культуры, в полной мере отражающим повседневные процессы человеческого бытия, относятся рост интереса к сфере питания, поскольку длительное время повседневную культуру в основном рассматривали в аспекте описательных исследований быта, в частности, жилища, одежды, принципов домоведения, организации торговли, досуга, традиционных поведенческих норм. Интерес к пище как составляющей повседневной культуры носил в исследованиях вспомогательный характер и не рассматривался во взаимосвязи с возможностями развития туризма.

На наш взгляд, исследования повседневной культуры питания позволяют под другим углом взглянуть на различные аспекты жизнедеятельности человека, в том числе организацию туристской деятельности и развитие такого ее вида, как гастрономический туризм.

Таким образом, объектом настоящего исследования является повседневная культура питания.

Предметом выступает гастрономический туризм как форма репрезентации повседневной культуры питания населения Дальнего Востока (на примере жителей Приморского края).

Методологическую основу исследования составляют принципы информационного, культурологического, культурно-географического, си-

стемного подходов. Информационный подход в исследовании культуры Приморского края был направлен на рассмотрение территории, сложившейся в ней культуры питания как формы хранения, закрепления и передачи информации. Причем этот подход достаточно четко продемонстрирован в информационной теории этноса (С.А. Арутюнов и Н.Н. Чебоксаров), согласно которой в основе существования этносов лежат интенсивные информационные языковые, культурные связи, что позволило рассмотреть истоки элементов питания дальневосточных этносов, сформировавшихся в результате контактов аборигенных жителей территории Приморского края, инородцев и переселенцев, и обосновать структурную модель бренда «Дальневосточная кухня». Культурно-географический подход позволил обосновать связь культуры питания со спецификой географии региона, его климатическими условиями и рассмотреть Приморский край как пространственный фронт, в котором взаимодействуют и осуществляют культурные взаимодействия ряд этносов. Системный подход позволил рассмотреть гастрономический туризм как актуализированную в современной культуре культурную и экономическую форму.

Сравнительно-сопоставительный метод позволил осуществить сопоставление кулинарных обычаев, традиций, употребляемых продуктов и т.д. и выявить общее и специфическое в культуре питания народов, населяющих Приморский край. Метод анкетирования позволил собрать данные для последующей их систематизации и выявления специфики дальневосточной гастрономической культуры и мнений о возможностях развития гастрономического туризма в Приморском крае. Структурно-функциональный метод был использован для обоснования структурных элементов и функций повседневности; гастрономического туризма как целостной структуры. Семиотический метод, теория языка пищи Р. Барта и результаты, полученные с помощью интервьюирования (нарративный метод) и анкетирования, позволили обосновать специфические проявления пищевого кода Дальневосточной гастрокультуры. Для до-

стижения цели и задач исследования также использовались классические общенаучные методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, абстрагирование и конкретизация.

Основная часть

Культурологические исследования повседневности охватывают различные проявления жизнедеятельности: сферу организации быта, домоведения, особенности, языка, образа жизни, поведения. Изучение этих культурных явлений и процессов позволяет выявить комплекс повторяющихся с течением времени, привычных социальных взаимодействий, эмоциональных реакций, поведенческих установок и, в целом, специфику ежедневной деятельности исследуемых этнических групп.

Изучение гастрономии, как части культуры повседневности, возникшее во второй половине XIX века изначально носило фрагментарный, преимущественно описательный характер. Но уже к середине – концу XX века структуралисты К. Леви-Стросс, Р. Барт, М. Дуглас рассматривают пищу в качестве способа кодирования культурной информации. Так, Р. Барт сформулировал принципы пищевого кода и назвал их «языком пищи» [3, 6, 10, с. 36-54.].

В качестве теоретической основы исследования выступили теории повседневности: Э. Гуссерля, Т. Лукмана, М. Блока, Л. Февра, А. Шюца, Н. Элиаса и др.; концепции повседневной культуры питания и гастрономической культуры (Р. Барт, М. Дуглас, К. Леви-Стросс, С. А. Арутюнов, Ю. В. Аргудяева, Г.Д. Гачев, М. В. Капкан, Л.С. Лихачева, Б. В. Марков, В. В. Подмаскин и др.); сущности имиджа, территориального имиджа и бренда (С. Анхольт, Д. П. Гавра, И.С. Важенина, Д. В. Визгалов, Ф. Котлер, А. П. Панкрухин и др.); теории этноса и этничности (Л.Н. Гумилев, Ю. В. Бромлей, Н.Н. Чебоксаров, С.М. Широкогоров).

Развитие области исследования в рамках направления «Food studies» объединило историков, этнографов, антропологов, социологов и экономистов (Э.Контюа, W.Belasco, Willa Zhen, Andrew Deener, Christina Ceisel, Jonathan Deutsch).

Отдельными исследованиями, связанными с пищей, в том числе как феноменом повседневности, занимались также П.Г. Киттлер, К.П. Сачер и М.

Нелмс, А.В. Антюхина, Г.Д. Гачев, Т.Н. Князева, Ж.Ф. Ревель.

При анализе истории освоения территории и состава населения в определенные временные периоды мы опирались на исторические очерки А.И. Алексеева, Б.Н. Морозова, Ф. Нансена, В.К. Арсеньева. С позиции дальневосточного фронта Дальний Восток анализировался Я.А. Барбенко, А.В. Забияко, А.А. Андреевой. Весомый вклад в исследование гастрономических предпочтений, хозяйственного уклада, ведения кулинарного быта и культурных традиций народностей, населявших Дальний Восток, в частности, Приморский край, внесли Н.А. Насекин, Ю.В. Аргудяева, В.П. Титов, В.П. Врадий, А.И. Петров, З. Моргун, J. Newman. Особенное значение в исследовании пищевых продуктов «инородцев» Дальнего Востока, повлиявших на культуру питания дальневосточных этносов, в частности, проживающих на территории Приморского края, а именно китайцев, корейцев и японцев, имела работа В.П. Врадия (1904).

Что касается осмысления проблем истории и развития гастрономического туризма, его сущности, то мы в нашем исследовании опирались на аналитические источники официальных сайтов международной кулинарной туристской ассоциации (WFTA), всемирной туристской организации (UNWTO) и работы ряда авторов И.В. Сохань, Г.А. Гомилевской, К.А. Балынина, В.А. Чернова, Е. Wolf.

Гастрономический туризм возник как реакция на растущий интерес к еде, выраженный в современной культуре увлечением «здоровым» питанием, диетами, кулинарными телешоу, поиском экологически чистой продукции, стремлением «к корням», ориентацией на использование ресурсов местности, изучением культурных различий [2].

Более того, гастрономический туризм в ответ на растущее любопытство представителей различных обществ, имеющих цель познавать культуру других стран и народов за счет изучения способов потребления, приготовления и подачи местных блюд, знакомства с кулинарными особенностями, обычаями и традициями питания [9, с. 61–68], стал самым популярным видом путеше-

ствий за относительно короткий период существования. Расширение сферы туризма с точки зрения культурологического обоснования основано на понимании необходимости удовлетворения культурных потребностей человека в изучении истории, религии, традиций, образа жизни и в целом культуры других народов, что в полной мере осуществляется с его помощью. Сегодня многие страны относят туризм к сфере не только экономики, но и культуры, например, «закон Грузии признает туризм и курорты единой приоритетной отраслью национальной культуры и экономики» [4, с. 49].

Мы согласны, что гастрономический туризм можно трактовать с позиции экономики и в аспекте культуры. В связи с этим гастрономический туризм можно определить как временные выезды за пределы постоянного места жительства с целью культурно-гастрономического просвещения, изучения местных техник и технологий организации питания, гастрономической региональной культуры, участия в организованной событийности, дегустации продуктов местного обитания и производства, обладающих аутентичностью и культурным колоритом, и общераспространенных в данном регионе блюд из них, без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте временного пребывания.

С позиции культуры гастрономический туризм – это социокультурная форма, сущность которой заложена в системе субъективных внутренних предпочтений и интересов туристов (поведение, образ жизни, опыт, ценности, характер, уровень воспитания и образованности и т.п.), внешних факторов (кулинарные, социокультурные, этнические, политико-географические, экономические характеристики территории временного пребывания) и деятельности, связанной с изучением гастрономической культуры, взаимосвязь которых обеспечивает процесс познания неповторимой самобытной культуры исторически сложившихся совокупностей людей в местах проживания.

В соответствии с предложенными концепциями трактовки термина «гастрономический туризм» можно выделить универсальные для обоих

определений функции гастрономического туризма:

1) рекреационная заключается в восстановлении психоэмоциональных сил, здоровья, нормального самочувствия и работоспособности человека;

2) образовательная направлена на усвоение новых знаний о самобытности и аутентичности различных народов, стереотипах, ритуалах, традициях и обрядах, связанных с культурой питания, а также техники и технологии приготовления местной пищи;

3) культурная предполагает развитие личности, формирование духовно-нравственных характеристик за счет получения культурного опыта и приобщение к гастрономической культуре различных народов;

4) воспитательная способствует формированию чувств уважения и принятия культурных особенностей других народов;

5) регулятивная направлена на поддержание гармонии межгрупповых интересов с помощью норм и правил, обязательных, в том числе, и для «чужаков» в дестинации;

6) развлекательно-познавательная включает в себя процесс познания культуры другого народа через активности и анимацию (дегустация местных блюд и напитков, участие в организованной событийности и гастроэкскурсиях);

7) эколого-просветительская направлена на распространение идей потребления экологически чистых продуктов и продукции органического происхождения;

8) социально-экономическая заключается в поддержке местных производств, предоставлении рабочих мест и обеспечении его занятости, росте уровня жизни местного населения.

Анализ сущности гастрономического туризма позволяет заключить, что культура питания является базовым элементом, являясь при этом одним из культуроемких потенциалов любого региона ввиду тесной связи с историческим, этнокультурным и природным наследием. Проникновение гастрономического туризма в различные по ориентации структуры свидетельствует о динамичности его форм и возможности раскрытия

уникальности региона за счет формирования инновационного туристского продукта, способствующего постижению глубинных смыслов, традиций, ритуалов и других культурных аспектов различных народов.

Примером этнической специфики традиционного питания является питание населения Дальнего Востока России. В состав Дальневосточного федерального округа (ДФО) в настоящее время входят Забайкальский край, Камчатский край, Приморский край, Хабаровский край, Амурская область, Магаданская область, Сахалинская область, Еврейская автономная область, Чукотский автономный округ, Республики Бурятия и Саха (Якутия).

Приморский край, на примере которого мы анализируем предмет нашего исследования, дает возможность рассмотреть взаимодействие различных народов, населявших и населяющих эти территории, их кулинарные традиции и обычаи, предметы быта, способы и методы приготовления пищи. С позиции населения этнический состав Приморского края в целом повторяет население Дальневосточного федерального округа.

Кулинарные традиции претерпевали изменения в Дальневосточном регионе в результате приспособления к местным природным условиям и путем влияний других восточнославянских (воспринимались определенные блюда и способы их приготовления), восточноазиатских (переняли некоторых зерновых, огородных и масличных (суза) культур) и аборигенных народов (обучились приемам добычи дикого зверя, птицы, рыбы и их

переработке, и распознаванию полезных съедобных и лекарственных растений) [1].

Все этносы Дальнего Востока России исторически использовали местную сырьевую базу для формирования оптимального варианта рационального питания, основанного на этнокультурных традициях питания, включающих продукты, отличающиеся не только привычными вкусовыми, но питательными и целительными качествами. Отметим, что в системе жизнеобеспечения народов Дальнего Востока заложена традиционная модель питания, то есть употребление пищи растительного и животного происхождения. В ежедневном рационе каждого этноса преобладает мясная или рыбная пища (в зависимости от сезона), а также съедобные дикорастущие и культурные растения [5, 7, 8].

Активное развитие внутреннего и въездного туризма на Дальнем Востоке России в целом, и гастрономического туризма в частности, позволило заявить о новом типе региональной кухни – дальневосточной. Характерными кулинарными особенностями дальневосточной кухни являются: природные ресурсы дальневосточного региона, проявление элементов азиатских кухонь в местных блюдах, «дикие» продукты, ингредиенты блюд коренных народов Дальнего Востока.

С целью изучения повседневной культуры питания жителей Дальнего Востока (на примере Приморского края) нами проведено исследование методом анкетирования жителей Приморского края.

В результате анализа полученных данных было определено, что питание является одной из наиболее значимых материальных составляющих структуры повседневности (рис. 1).

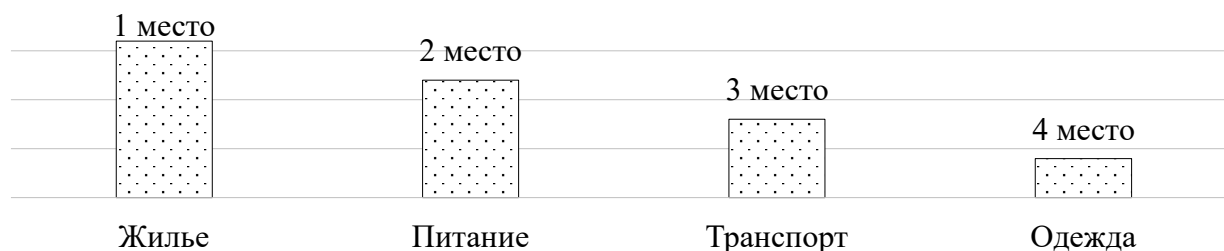


Рис.1 – Рейтинг важности материальных составляющих повседневности

Наиболее употребляемыми в повседневной жизни и в праздничные дни продуктами являются мясная продукция, овощи и

фрукты, рыба и морепродукты. Мясную продукцию постоянно употребляют больше половины опрошенных – 64,68%, рыбу и морепро-

дукты – 42,13% и 41,06% соответственно (рис. 2).

Необходимо отметить, что в праздничные дни количество респондентов, употребляющих мясную продукцию, увеличилось на 6,7%, рыбу – на 3,61%, морепродукты – на 20,85%.

Во время путешествий 90,85% опрошенных употребляют продукты питания и блюда местного производства (фрукты, сладости, национальные блюда). Половина опрошенных отдадут предпочтение исключительно ресторанам местной кухни (44,26%), другие – в сочетании с блюдами знакомых кухонь (44,79%). Оставшиеся 10,21% будут искать рестораны со знакомыми для них блюдами.

Необходимо также отметить, что 83,4% интересны национальные и региональные гастрономические культуры других стран и народностей, обычаи и традиции своей национальной кухни (69,04%), а также сам процесс приготовления пищи (71,17%).

Жители Приморского края не отмечают дальневосточную кухню как наиболее предпочитаемую (рис. 3).

Русская кухня является самой востребованной и занимает первое место в рейтинге предпочитаемых кухонь. Следующими по востребованности располагаются азиатская, европейская и кавказская кухни, на последнем месте – дальневосточная. Тем не менее, больше половины опрошенных (55,21%) считают, что дальневосточную кухню можно выделять как отдельную региональную кухню. Обладая первичными знаниями о дальневосточной кухне, жители Приморского края выделяют следующие продукты питания (рис.4).

На рисунке отражено, что морепродукты (78,94%), рыба (68,62%), дикорастущие травы (50,43%), мясо диких животных (37,66%), мед (34,57%), грибы (29,26%) и ягоды (28,72%) – основные продукты дальневосточной кухни. Были также отмечены корнеплоды (17,66%) и сыры (14,15%).

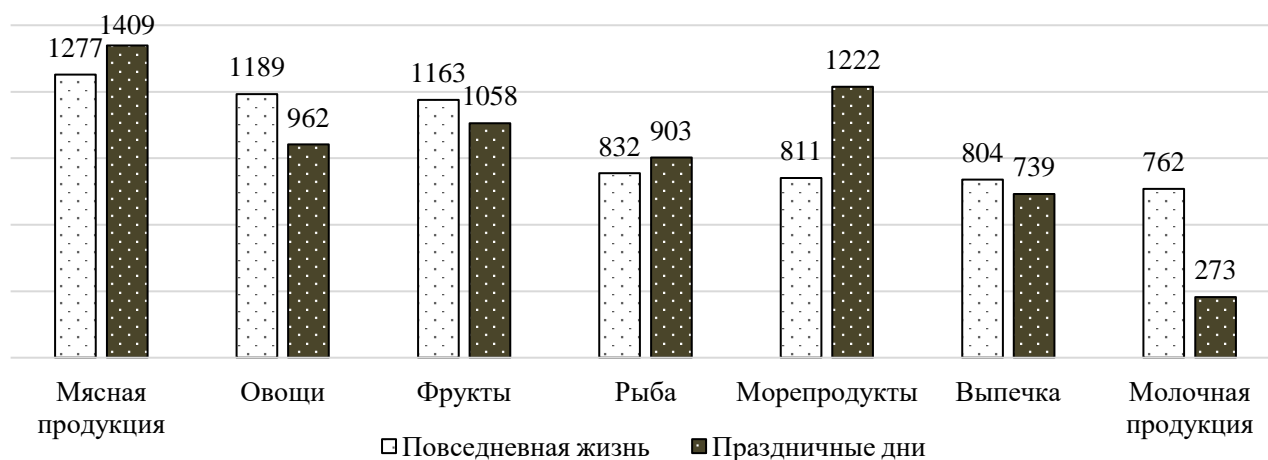


Рис. 2 – Пищевые пристрастия респондентов (повседневность/праздники) (показатели респондентов указаны в абсолютных величинах)

Из перечисленных продуктов в повседневном употреблении: морепродукты – 44,47%; рыба – 58,10%; дикорастущие травы – 24,87%; мясо диких животных – 25,78; мед – 41,59%; грибы – 34,95%; ягоды – 45,13; корнеплоды – 49,03%; сыры – 48,93%.

Высокий процент опрошенных (47,02%) знакомы с предприятиями общественного питания (ПОП), представляющие блюда дальневосточной кухни.

Необходимо отметить, что многие жители Приморского края выделяют целый ряд предприятий общественного питания, но не ассоциируют их с дальневосточной кухней. Такой низкий уровень осведомленности говорит о недостаточном позиционировании этого вида кухни, отсутствии сборников рецептов и списка репрезентативных блюд, слабом его продвижении на внутреннем и внешнем рынках.

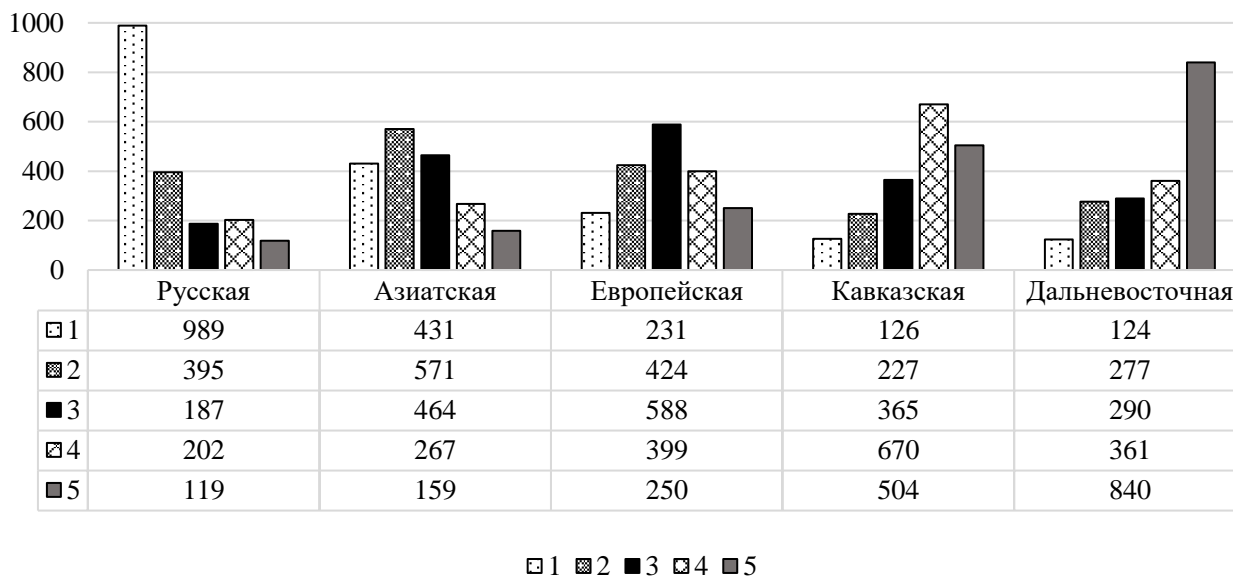


Рис. 3 – Рейтинг предпочитаемых видов кухонь у жителей региона

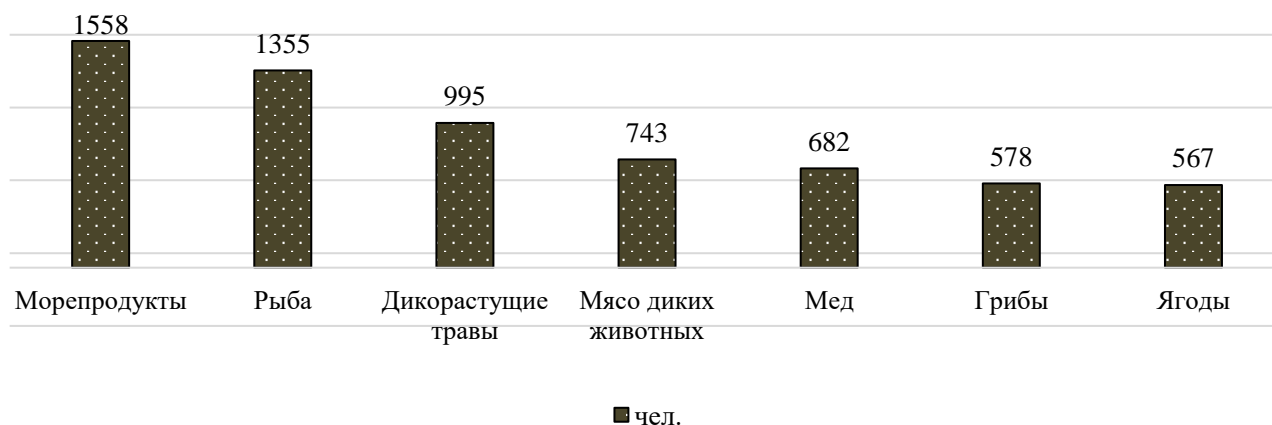


Рис. 4 – Продукты питания дальневосточной кухни (показатели респондентов указаны в абсолютных величинах)

Согласно результатам опроса 70,57% респондентов не считают, что употребление морепродуктов и рыбы на повседневной основе демонстрируют высокий статус человека, 29,43% – имеют противоположное мнение. При этом, респонденты, отметившие статусность потребления рыбы и морепродуктов, являются в основном гостями региона или студентами без постоянного дохода.

Таким образом, уклад повседневной жизни людей зависит от специфических региональных условий. Гастрономическая культура содержит в себе информацию о традициях, ценностных ори-

ентациях, базовых элементах восприятия мира, поведенческих паттернах, а также о социальной структуре и принципах социальной дифференциации.

Можно заключить, что гастрономический туризм в Приморском крае можно развивать с помощью дальневосточной кухни, которая отражает культурную идентичность народов, заселявших и заселяющих дальневосточные территории, характеризующиеся смешением исконно русской, восточной и аборигенной культур питания, ставшие обыденными для жителей Дальнего Востока и специфическими, и удивительными для жителей других стран и регионов России.

Заключение

Анализ сущности гастрономического туризма позволяет определить его как актуализированную форму репрезентации повседневной культуры питания, социокультурную и экономическую форму, характеризующуюся посещением местности с этнокультурным, природным и историческим потенциалом в целях культурно-гастрономического просвещения и познания неповторимой самобытной культуры питания, репрезентирующей специфику этнической гастрокультуры.

На наш взгляд гастрономическое пространство территории – уникальный ресурс для изучения культуры, а Приморский край, в свою очередь, как объект эмпирического исследования дает возможность рассмотреть взаимодействие различных народов, их кулинарные традиции, обычаи, предметы быта, способы и методы приготовления пищи. Учитывая, что житель дальневосточного региона ежедневно сталкивается с блюдами, ингредиенты которых являются по сути уникальными и специфическими для других, дальневосточники воспринимают их как что-то обыденное, входящее в устоявшийся на протяжении всей жизни режим питания.

Список источников

1. Аргудяева Ю.В. Старообрядцы на Дальнем Востоке России: Этнокультурное развитие во второй половине XIX - начале XX вв.: автореферат дис. д-ра истор.н. Москва, 2002. 58 с.
2. Бакланова Е. А., Берверс Е. В., Березина А. В. Вкус Востока. Гастрономические традиции в истории, культуре и религиях народов Азии и Африки: монография. Москва: МГИМО-Университет, 2019. 639 с.
3. Барт Р. Основы семиологии. Структурализм: «за» и «против». Москва: Прогресс, 1975. 123 с.
4. Дзякович Е.В. Разработка профессионального стандарта специалиста по организации и предоставлению туристических услуг // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2013. №2-4(11). С.48-51.
5. Костина А. В. Культурные аспекты потребления пищи // Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования: материалы XVII Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана, 20-21 марта 2014 г. – Екатеринбург: УрФУ, 2014. С. 1055-1066.
6. Леви-Стросс, К. Мифологии: Сырое и приготовленное. Москва: FreeFly, 2006. 398 с.
7. Подмаскин В. В. Этнические особенности сохранения здоровья народов юга Дальнего Востока: проблемы типологии врачевания и питания (середина XIX-XX вв.): монография. Владивосток: Дальнаука, 2003. – 224 с.
8. Подмаскин В. В. Этномедицина и этнодиетология в истории и культуре народов Дальнего Востока России (XVIII-XX вв.). Владивосток, 2011. 304 с.
9. Сохань, И. В. Особенности русской гастрономической культуры // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 347. С. 61-68.
10. Douglas M. Deciphering a meal. Food and Culture: A Reader. ed. By C. Counihan and P. Van Esterik. New York, London: Routledge, 1997. P. 36-54.

References

1. Argudyaeva Yu.V. (2002). Staroobryadcy na Dal'nem Vostoke Rossii: Etnokul'turnoe razvitie vo vtoroj polovine XIX - nachale XX vv. [Old Believers in the Far East of Russia: Ethnocultural development in the second half of the 19th - early 20th centuries]. Doctor of History. Moscow. (In Russ.).
2. Baklanova E. A., Bervers E. V., Berezina A. V. (2019). Vkus Vostoka. Gastronomicheskie tradicii v istorii, kul'ture i religiyah narodov Azii i Afriki: monografiya. [Taste of the East. Gastronomic traditions in the history, culture and religions of the peoples of Asia and Africa]: a monograph. Moscow: MGIMO-University. (In Russ.).
3. Bart R. (1975). Osnovy semiologii. Strukturalizm: «za» i «protiv». [Fundamentals of semiology. Structuralism: "for" and "against"] Moscow: Progress. (In Russ.).
4. Dzyakovich E.V. (2013). Razrabotka professional'nogo standarta specialista po organizacii i predostavleniyu turisticheskikh uslug [Development of a professional standard for a specialist in the organization and provision of tourism services]: Kul'tura i obrazovanie: nauchno-informacionnyj zhurnal vuzov kul'tury i iskusstv [Culture and education: scientific and informational journal of universities of culture and arts]. 48-51. (In Russ.).

5. Kostina A. V. (2014). Kul'turnye aspekty potrebleniya pishchi [Cultural aspects of food consumption]: Kul'tura, lichnost', obshchestvo v sovremennom mire: Metodologiya, opyt empiricheskogo issledovaniya: materialy XVII Mezhdunarodnaya konferenciya pamyati professora L. N. Kogana [Culture, Personality, Society in the Modern World: Methodology, Experience of Empirical Research: Proceedings of the XVII International Conference in Memory of Professor L. N. Kogan]: Ekaterinburg: UrFU. 1055-1066. (In Russ.).
6. Levi-Stross, K. (2006) Mifologiki: Syroe i prigotovlennoe. [Mythologies: Raw and Cooked]. Moskva: FreeFly. (In Russ.).
7. Podmaskin V. V. (2003). Etnicheskie osobennosti sohraneniya zdorov'ya narodov yuga Dal'nego Vostoka: problemy tipologii vrachevaniya i pitaniya (seredina XIX-XX vv.) [Ethnic Features of Preserving the Health of the Peoples of the South of the Far East: Problems of the Typology of Healing and Nutrition (Mid 19th-20th Centuries)]: a monograph. Vladivostok: Dal'nauka. (In Russ.).
8. Podmaskin V. V. (2001). Etnomedicina i etnodietologiya v istorii i kul'ture narodov Dal'nego Vostoka Rossii (XVIII-XX vv.) [Ethnomedicine and ethnodietology in the history and culture of the peoples of the Russian Far East (XVIII-XX centuries)]. Vladivostok. (In Russ.).
9. Sohan I. V. (2011). Osobennosti russkoj gastronomicheskoy kul'tury // [Features of Russian gastronomic culture]: Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Tomsk State University]. 61-68. (In Russ.).
10. Douglas M. (1997). Deciphering a meal. Food and Culture: A Reader. ed. By C. Counihan and P. Van Esterik. New York, London: Rontledge, 36-54.

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 372.881.1

DOI: 10.5281/zenodo.7378366

SOFT SKILL FORMATION AND DEVELOPMENT IN FOREIGN LANGUAGE CLASSES AT NON LINGUISTIC UNIVERSITY

Maria V. GRUZDEVA

Russian State University of tourism and service, (Moscow, Russia);

Senior Lecturer; e-mail: mariya.gruzdeva@mail.ru

Natalya Yu. LOGINOVA

Russian State University of tourism and service, (Moscow, Russia);

Senior Lecturer; e-mail: snare64@mail.ru

Abstract: This article discusses the topic of formation and development of soft, or interpersonal, skills among students in a foreign language class at non-linguistic university. In the modern world, it is impossible to feel confident in a profession if a person does not have any Soft Skills. It is they that allow a specialist in any field to be able to interact with their employers, colleagues, partners, subordinates, clients. Soft skills are valued no less, and often more than hard, professional ones. The success of any activity depends on this. Regardless of the classification, the main ones are: effective communication, ability to solve problems, time management, customer focus, emotional intelligence, creativity, self-control, conflict resolution, taking responsibility, empathy. These skills can be formed at university in a foreign language class. The examples of tasks given successfully solve the problem of forming not only the basic competencies in the discipline of a foreign language, but also the necessary soft skills. Group work is noted as a way for students to interact with each other. As a result, those graduates who are with soft skills are preferred in the modern labor market.

Keywords: soft skills, interaction with people, professional activity, development of Soft Skills, problem solving.

For citation: Gruzdeva M.V., Loginova N.Yu. (2022). Soft skill formation and development in foreign language classes at nonlinguistic university. Service plus, 16(3), Pp. 20-27. DOI: 10.5281/zenodo.7378366

Submitted: 2022/06/20.

Accepted: 2022/09/30.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ГИБКИХ НАВЫКОВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

ГРУЗДЕВА Мария Викторовна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ)

Старший преподаватель; e-mail: mariya.gruzdeva@mail.ru

ЛОГИНОВА Наталия Юрьевна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ)

Старший преподаватель; e-mail: snare64@mail.ru

Аннотация: В данной статье рассматривается тема формирования и развития гибких, или межличностных, навыков у студентов на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе. В современном мире невозможно уверенно чувствовать себя в профессии, если человек не обладает гибкими навыками, так называемыми Soft Skills. Именно они позволяют специалисту в любой области независимо от направления уметь взаимодействовать со своими работодателями, коллегами, партнерами, подчиненными, клиентами. Гибкие навыки ценятся не менее, а зачастую более, чем жесткие, или непосредственно профессиональные. От них напрямую зависит успех любой деятельности. Независимо от классификации, основными являются: эффективная коммуникация, способность решать задачи, управление временем, клиентоориентированность, эмоциональный интеллект, креативность, самоконтроль, способность выходить из конфликтных ситуаций, умение брать на себя ответственность, эмпатия. Эти навыки возможно формировать в вузе на занятиях по иностранному языку. Рассматриваются примеры заданий, которые успешно решают задачу формирования не только основных компетенций по дисциплине иностранный язык, но и необходимых гибких навыков. Отмечается работа в группе как способ взаимодействия студентов друг с другом, в результате чего формируются Soft Skills. В результате, по окончании вуза, выпускникам, обладающим и владеющим гибкими навыками, на современном рынке труда отдается предпочтение.

Ключевые слова: гибкие навыки, взаимодействие с людьми, профессиональная деятельность, формирование, развитие Soft Skills, решение задач.

Для цитирования: Груздева М.В., Логинова Н.Ю. Формирование и развитие гибких навыков на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе. // Сервис plus. 2022. Т.16 №3. С. 20-27. DOI: 10.5281/zenodo.7378366

Статья поступила в редакцию: 20.06.2022.

Статья принята к публикации: 30.09.2022.

The world in which we live today is commonly referred to as the VUCA world, based on the abbreviation of its characteristics: Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity. This reality cannot help impacting all areas of our life with no exceptions, including such an important aspect for each person as career choice, and, moreover, the exact direction of the career path. The requirements set towards young professionals are changing with great speed. The weak points of socio-economic processes are revealed during economic downturn: companies have to organize new forms of work and interaction with top priority in order to remain functional, and the employees have to adjust to the changed conditions. [6]

It does not matter what route of movement in his career yesterday's graduate chooses, horizontal, when we mean a deeper mastering of the specialty, scientific research in his field, the most precise study of all details and nuances, or vertical, when we are talking about promotion and reaching the top positions in the company, an absolutely necessary condition for success is the mastery of the so-called flexible skills, or Soft Skills. Under these conditions, universities are facing more and more new objectives, one of which is the development of students' soft skills. The labor market is in demand for specialists who have not only professional, but also soft skills. The model of professional competencies divides skills into soft skills and hard skills. Soft skills are an innovative component of educational content at all academic levels, related to preparing students for various types of educational and professional activities both in the present and in the future. Besides, these are extra-professional skills, required and applicable in any profession, which help to solve life tasks and work with other people, as a human being is a social creature, and his whole life occurs in the society among other people.

However, many students, according to the employment survey, are unaware of the fact that there are requirements for flexible skills, so universities need to inform students about the requirements imposed by employers. [5]

Regardless of occupation, everyone needs at least some soft skills. Soft skills are often valued much more, because a person who is capable of quick learning, open to new information, stress-resistant, can appreciate time, work successfully in a team, is capable of completing this or that workload or project meeting deadlines, can easily and quickly

master any professional competencies and skills, the so-called hard skills, and therefore has a significant priority over other applicants in the labor market. Although flexible or "soft" skills are sometimes referred to as the 21st century skills, more than 100 years ago, scientists were already interested in this topic and conducted a research in this field. Scholars from Harvard, Stanford, and the Carnegie Foundation discovered that "flexible skills are 85% of a person's success in a profession; hard skills are only 15%." [10]

Hard skills are narrow professional skills, knowledge and expertise that are needed for specific tasks in daily work, and they allow one to perform work duties. For example, for a designer "hard skills" would be proficiency in graphic editing, website design, designing brochures, logos, developing printing templates for all kinds of advertising; for a tour operator – knowledge of geography, ethics, psychology, business communication skills, a specialist should be a confident PC user, have a good command of foreign languages.

To be successful at work, regardless of the field in which a person works – tourism, hospitality, management, law, service, design and others, one needs to be able to get along well with clients, colleagues, chiefs, subordinates. Soft skills are useful in any field, they allow a person to be successful regardless of the work specifications and areas, are related to the emotional intelligence and are formed in childhood. However, we believe that we can develop soft skills at a young age as well, in this particular case at university (RSUTS), because students are trained in client-oriented areas, with people interaction in the center of them. Moreover, immediate profit, success, confident and strong steady position in the market depend on such important skills as successful communication at all levels, flexible positive thinking, the ability to make quick decisions and others. If a person is fluent in at least some soft skills, he will feel confident and free in his specialty at any time, regardless of external factors – such as economic and political recessions, pandemics, natural cataclysms.

The research group of the Management Department of the National Research University Higher School of Economics in the city of Perm as a result of their work have identified the top 10 Soft Skills that are in the most demand among employers, as shown on the Recruitment Websites globally and in Russia¹:

¹ <https://perm.hse.ru/news/243254110.html>

The World:

1. Ability to handle complex problems
2. Critical thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordination
6. Emotional Intelligence
7. Decision Making
8. Customer Focus
9. Ability to Negotiate
10. Cognitive Flexibility

Russia:

1. Active Learning
2. Coordination
3. Ability to Negotiate
4. Teaching Other People
5. Information Literacy
6. Customer Focus
7. Oral Communication
8. Ability to Solve Difficult Problems
9. Operating Literacy
10. Time Management

Thus, we see that in Russia there is an accent on studying; hence higher education serves as a definite launching point for further growth and development in the professional sphere.

There are a number of classifications of soft skills. We will outline some of them:

I. Flexible skills are divided into four groups:

- Communicative (communication and the ability to understand other people),
- Intellectual (critical thinking, creativity)
- Volitional (time and emotion management), leadership (managing others, teamwork).

II. Soft skills can be:

- universal ones – personal effectiveness (information gathering and processing, resource management, self-reflection, critical thinking, creative thinking, problem solving, decision making, goal setting, stress tolerance), interaction with people (communication, customer focus, non-violent communication, teamwork, emotional intelligence),
- management skills – mentoring, project and team management, task setting and evaluation, leadership, planning, task control, giving feedback, delegation.

III. In entrepreneurship the following skills are highlighted: business planning, financial modelling, un-

derstanding of marketing processes, business promotion skills and reputation management.

The formation and development of these crucial skills in the classroom should start at the very beginning of the studies and continue throughout the entire process. Then, by the end of their studies, future young professionals will already have developed soft skills and be able to use them in automatic mode. At RSUTS, according to the curriculum, some faculties – High School of Service, High School of Management, Economics and Law, High School of Design – provide learning of foreign language during three semesters, while the Tourism and Hotel Management specialties have seven semesters of foreign language study. In both cases, we are able to arrange and structure classes in such a way that, in addition to solving a number of equally important problems, such as the development of communicative competence, the formation and development of creative potential, divergent type of thinking, to give the learners the opportunity to form, develop, train and improve flexible skills.[2]

These tasks are not only possible to solve in a face-to-face format, but also in a distance or blended learning format, which expands our possibilities and gives students access to a variety of resources. In addition, it is important to understand that as a result of the development of information technology on such a huge scale and at such an incredible speed, soft skills development tasks need to be adapted. Communication, both personal and business, is online, hence we train not only personal communication, but take it beyond the recently familiar format and offer students tasks that train online interaction, such as video seminars, conferences, presentations, chat rooms, etc.

It is worth noting that these activities fully meet the requirements for the development of all required competences according to the educational programme – implementation of business communication (UK-4), selection of communication style ...depending on the goals and conditions of partnership (UK-4.1.), conducting dialogue for cooperation in social and professional spheres (UK-4.2.), business correspondence (UK-4.3.)

Gina Watson Mitchell notes: "More research on flexible skills is needed in order to explore this field and develop methodologies that are applicable in business education." [11]

Through an example assignment we will show that it is possible within a single project to shape,

develop and reinforce a range of flexible skills at the same time.

Students are given an assignment to prepare a radio or TV programme – a business review or a talk show on "Problems, current situation in hospitality business and ways to solve them". Case Study "The Voice of Business" is proposed as a model. [8, p.76-77] We adapt this material to the students' speciality. For example, we consider the following topics as suggested:

- Company profiles (any successful company in hospitality),
- Profiles of businesspeople (hoteliers, restaurant owners, etc.)
- Interviews with CEOs, entrepreneurs,
- Hospitality business update,
- Future of hospitality and tourism business,
- Book and journal reviews,
- Job vacancies in tourism,
- News in current situations,
- Traffic and weather reports

The students can also suggest their own topics, extending this list. Consideration is given to alternative formats at the discretion of the students: either a video is made and shown in class, or a role-play using video clips that the students recorded earlier in the preparatory process. The videos could include, for example, stories about problematic situations in hotels and restaurants.

However, before we start this activity, we think it is useful to do an introductory activity: the students are given articles to read and discuss, e.g. "Top 10 soft skills for customer service jobs"². The list of soft skills for customer service jobs might include: communication, listening, self-control, positive attitude towards the situation, process, clients, etc., assertiveness, conflict resolution, empathy, taking responsibility, sense of humour. The list of soft skills can also be extended by focusing on the diversity of these skills and their variability. For example:

- Nonverbal Communication
- Open-mindedness
- Courtesy
- Insightful Questions
- Problem Sensitivity
- Bearing

² <https://www.thebalancecareers.com/top-soft-skills-for-customer-service-jobs-2063746>

- Patience
- Stress Tolerance
- Encouragement
- Adaptability
- Quick Thinking
- Mediation
- Facilitation
- Accountability
- Diplomacy
- Compassion
- Approachability
- Humility
- Problem sensitivity
- Imagination
- Flexibility

etc.

It is recommended to relate this topic to "Jobs in hospitality/tourism/design (depending on the field of study of the students) and ask them to complete the following chart:

The students compile the list of professions entirely by themselves, or we include only a few professions in the table and ask them to expand the list. This depends on the degree of preparation. However, we recommend focusing on individual work, because self-activity, along with increasing communicative competence of students, will contribute to their personal formation as participants of this activity. It is necessary to focus the whole learning process on active independent work of students, to create conditions for their self-expression and self-development [3]. This is followed by a discussion in pairs or in groups about what soft skills students themselves have and what skills they need to develop in themselves. It is interesting to see how students assess themselves and what they can say about their peers. At this stage, during the group discussion, the students themselves can point out those who have strong leadership qualities, or these guys themselves suggest their own candidacy to organise follow-up projects. Obviously, since we are talking about what qualities students have and what needs to be worked on, the discussion should be conducted tactfully, in a comfortable psychological atmosphere, inviting only those who wish to speak.

The entire service industry is customer-focused, hence the requirement for employees to

have soft or interpersonal skills is obvious. No matter how the interaction with the customer takes place, whether it is live, by phone, email, chat rooms or social media, we highlight the fact that the customer must always feel a sincere desire on the part of the employee to help them, to be involved in the situation. In addition, it should be noted that these skills can be learned, they can be easily trained if special technologies and techniques are used, and the focus of attention is put on specially designed tasks. We hold a discussion on this topic, thus motivating stu-

dents not just to do the task, but encouraging them to feel responsible for the process and their personal involvement in it. At this stage, it is worth asking students to brainstorm and identify which soft skills are most important in their specialty, which skills each of them possesses to a higher or lower degree, and what else is worth developing in themselves. In this way we additionally involve analytical thinking – we need to analyse, assess and make certain conclusions, and thereby clearly outline a trajectory for further development.

Tabl. 1. Jobs in tourism: hard and soft skills

Jobs in tourism*	Hard skills	Soft skills
<ul style="list-style-type: none"> • Tour operator • Tour agent • Information office specialist • Tour guide • Receptionist 		

* the speciality of the participants is indicated

In the process, it is necessary to identify and select those who will be responsible for the project (1-2 students). In this way, management skills are developed – the students themselves within the group decide who can and wants to be responsible for the organisation, the distribution of topics, timing, structuring of the whole programme and work within the project. We observe who of the students are comfortable and eager to take responsibility for the work and other participants, and who are more comfortable when some amount of work is delegated to them, which is no less important. The whole process of preparation as well as the direct presentation of the completed work occurs in teams. Teams with clear, reasonable goals are usually able to go further ... and will have a greater sense of unity in the pursuit of their achievements [4]. This format enables participants to interact and communicate within a group of people – teamwork skills are formed and developed through which learners learn to listen and hear each other, defend their position, point of view or vice versa, concede and compromise, find mutually beneficial alternatives, make decisions and take responsibility for them. In this process, the strengths and weaknesses of the participants can be identified, and it becomes clear who and what needs to be worked on, who has innate leadership qualities and who, on the contrary, feels better in the role of performer, which is

also highly valued in teamwork. It is crucial to create a comfortable psychological climate in which all participants are able to unlock their creative, professional and personal potential. In this regard, the role of the teacher is very important. Despite the fact that project activities are an independent activity, the project participants can ask for advice. However, the time, quantity and duration of these consultations are precisely regulated, as a result of which students learn how to interact with other people, which is also one of the tools for developing emotional intelligence and an ethics of cooperation.

At this stage, it is worth fixing the result first and then gently asking participants to move on: those who prefer to take on a leadership role can be recommended to study the topic in more detail, find resources, developments, materials and plunge into the problem, while those who have only been in an executive role before can be asked to organize some of the work, try to take responsibility for the process, people, results, learn to delegate the work. Thus, we motivate students to shift their usual focus somewhat. Although it is difficult to track, measure or show the dynamics of soft skills development, unlike hard ones, where exams or attestations are used, significant positive dynamics can be observed over an academic year or even a semester. The successful presentation of the final result of a project, which

depends to a large extent on a properly organised and structured preparation process, is the best mechanism for motivating students to undertake subsequent assignments and projects. Such a form of work inspires students.

In addition, it is worth noting the following aspect: the direct dependence of the level of emotional intelligence (EQ) and the degree of development of a person's creative potential. Emotional intelligence is the sum of a person's skills and abilities to recognize emotions, understand the intentions, motivation and desires of other people and their own, and the ability to control their emotions and those of other people in order to solve practical problems. Emotional susceptibility determines the effectiveness of the use of skills. Moreover, interpersonal and emotional management skills can play a key role in helping students better cope with the complex aspects of their study, so we can talk about the link between EQ and academic performance. [7]

The founder of psychoanalysis, Sigmund Freud, studied the problem of emotions and control over emotions. He believed that the first laws of ethics, such as the "Code of Laws of Hammurabi" (18th century BC, Babylon) or the edict of Emperor Ashoka, could be considered the first known attempts to curb and control the emotions. The emergence of the concept of emotional intelligence introduced by psychologists is correlated with the development of the business environment and the emergence of neuroscience. Before its introduction, the world lived with a strong belief that IQ is a major indicator of success. In today's world, scientists, notably Daniel Goleman, a researcher in the field, talk about emotional intelligence as the new standard of mind. This certainly does not mean that the mastery of academic knowledge has lost its importance, but rather that high IQ alone cannot guarantee success in any field of activity. Goleman notes that "in order to succeed in a particular field of activity it is necessary to develop personal qualities" [1].

Creative people are more advanced in empathy, the ability to observe people, and other similar traits. This is an integral part of the creative personality. However, such people have serious difficulties with the perception of feedback, self-control, the ability to perform tasks within a certain time limit, understanding of emotions, both of other people and their own, following instructions. Thus, an inverse correlation between the level of EQ and creative potential

has been revealed. We recommend careful observation of the work of creative, artistic students in these projects. Probably, the most appropriate approach with such students would be individual work at the initial stage, and then gradually offer projects in pairs, small groups, and finally in teams. It is advisable to make this transition more smoothly. But the need for this kind of work and flexible skills training for creative people is quite obvious. After all, real freedom comes when there is a choice, that is, you need to be able to create real masterpieces, and at the same time be able to cooperate, negotiate, defend your point of view, and so on. As an example, let's consider collaboration in a group of students specializing in graphic design where mostly creative people study. Our task is to develop soft skills, such as communication, listening, asserting one's point of view, negotiating, and meeting deadlines. Students are offered the task of designing a website project for a company. We start with individual work: everyone thinks over his/her own draft, its content, structure and other details. Then we offer in pairs to discuss, possibly make changes in the finished product and come up with the most appropriate version. Further work is done in small groups where we can offer a round table discussion or a role-playing game – for example, a design studio fulfills an order from a company to develop a site or an advertisement. Students of the Higher School of Design, majoring in Fashion Design, are offered to organize a fashion show in English. At the initial stage, students work individually – creating costumes, and cooperation begins at later stages, when it comes to the place, time of the event, and the sequence of catwalk appearances. Participants agree among themselves, and facilitators are assigned, who are responsible for the whole project.

In the meantime we carry out the formation of communicative competence – we offer a list of lexical units on this topic, as well as phrases for more effective negotiation, preliminary we give an opportunity to listen to the model of negotiations of the designer and the employer. [8, c.18-19]

At the final stage within the feedback students express their opinion and evaluate what they managed to do at a high level, and what still needs to be improved. We pay attention to Soft Skills, which are absolutely necessary in any sphere of professional activity. A teacher's positive feedback is very im-

portant as a motivational tool for further successful cooperation. Moreover, we offer the students to think about what they would like to work on in the future, what projects are interesting and useful for their future work in the profession, thus shaping the learning process within the student-centered education format, focused on creating links between students' interests and learning content, which is much more effective and productive, hence making the process more meaningful for students. In addition, the result of their work is more indicative of them as individuals

and more reflective of who they are at the moment. This tends to lead to a richer, more memorable, more enjoyable, and more motivating learning experience.[9]

Thus, not only do we form and develop communicative competence, which is the main task in foreign language teaching, but we also take a deeper approach to the issue of preparing a future specialist for professional activities, paying attention to the development of soft skills, which in the modern world is an integral part of training capable and qualified staff.

References

1. Goleman D. Emotional leadership: The art of managing people based on emotional intelligence. Moscow: Alpina Business Books, 2005
2. Gruzdeva M.V., Gazilov M.G., Loginova N.Yu., Kostovarova V.V. Development of the creative potential of students in a non-linguistic university in a foreign language class // Service Plus. 2021. V.15. № 4. P. 66-76
3. Gruzdeva M.V., Loginova N.Yu., Chudaikina G.M., Kostovarova V.V. Formation of the communicative competence of students in the process of teaching foreign languages ??in a non-linguistic university // Service plus. 2020. V. 14. № 3. C. 122-124.
4. Zubairova P.R. Teamwork, conditions for effective teamwork, NovalInfo.Ru. 2020. № 119. p. 41-42
5. Ilyukhina I.B., Redkina A.D. Soft skills as a factor in the formation of competitive advantages in professional activities. Vestnik OreIGIET. 2021. № 3 (57). pp. 75-80
6. Meshcheryakova M.A., Shalnev O.G., Filatova M.V. Strategies for the development of universal skills for the VUCA world. Journal of the Voronezh State University of Engineering Technologies. 2020. V. 82. № 3 (85). pp. 279-283
7. Filatova E.A. Strategies for the development of emotional intelligence in the classroom in the discipline "Foreign Language" at the university. Scientific aspect. 2020. V. 7. № 4. P. 887-890
8. Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader Course book Pre-intermediate Business English. Longman. 2002. P. 18-19, 76-77
9. Fehér J. From everyday activities to creative tasks // Creativity in the English language classroom. 2015. 72 p.
10. Mann Ch. R. A study of engineering education prepared for the joint committee on engineering education of the national engineering societies. New York City. 576 Fifth Avenue. 1918. P. 106-107
11. Mitchell G. W., Skinner Leane B., White Bonnie J. Essential Soft Skills for Success in the Twenty-First Century Workforce as Perceived by Business Educators. Delta Pi Epsilon Journal. 2020 Win. V. 52. P. 43-53

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 502.313

DOI: 10.5281/zenodo.7378403

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БИОЛОГИИ

КОРТУНОВ Вадим Вадимович

Российский государственный аграрный университет — МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва, РФ);

Доктор философских наук, профессор; e-mail: kortunov@bk.ru

САФОНОВА Станислава Сергеевна

Российский государственный аграрный университет — МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва, РФ);

Аспирант; e-mail: kortunov@bk.ru

Аннотация. Биология – это наука о самом удивительном явлении – жизни. От самого ее начала до естественного завершения. Возникновение жизни на нашей планете многие совершенно справедливо считают настоящим чудом. Но еще большее чудо – это появление разумной жизни, сознания, способного к анализу и синтезу, к намеренному преобразованию среды обитания. Поскольку биология – это наука о жизни, а человечество является совокупностью живых существ, человек и биология теснейшим образом связаны на протяжении многих веков. Возникновение биологии как самостоятельной науки произошло в результате стремления людей систематизировать и приумножить знания о живой природе. В дальнейшем сформировались многочисленные отрасли биологии: ботаника, зоология, биохимия, микология, микробиология и прочие. Они возникали по мере того как человек осваивал другие области науки и находил между ними взаимосвязь. Благодаря различным приспособлениям, таким как, например, микроскоп и микротом, людям удалось проникнуть в микромир и обнаружить сходство между всеми живыми организмами на клеточном и субклеточном уровнях. Люди научились производить разнообразные манипуляции с клетками и их элементами, создавать новые породы животных, сорта растений, бактериальные штаммы. Тема взаимоотношений социума с природой актуальна во все времена, а ввиду того, что вмешательство человека в жизненные механизмы становится все более глубоким и интенсивным и, кажется, вскоре достигнет своего апогея, этот вопрос приобретает все большую популярность. Целью данной работы является рассмотрение развития биологической науки в связи с социокультурными проблемами, его сопровождающими.

Ключевые слова: биология, социум, природа, биологическая наука, социокультурные проблемы.

Для цитирования: Кортунов В.В., Сафонова С.С. Социокультурные проблемы развития биологии. // *Service plus*. 2022. Т.16. №3. С. 28-43. DOI: 10.5281/zenodo.7378403

Статья поступила в редакцию: 21.05.2022.

Статья принята к публикации: 23.09.2022.

SOCIOCULTURAL PROBLEMS OF BIOLOGY DEVELOPMENT

Vadim V. KORTUNOV

Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy named after K. A. Timiryazev (Moscow, Russia);
Doctor of Philosophy, Professor; e-mail: kortunov@bk.ru

Stanislava S. SAFONOVA

Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy named after K. A. Timiryazev (Moscow, Russia);
Postgraduate student; e-mail: kortunov@bk.ru

Abstract. Biology is the science of the most amazing phenomenon – life. From its very beginning to its natural completion. The emergence of life on our planet is rightly considered by many to be a real miracle. But an even greater miracle is the appearance of intelligent life, consciousness capable of analysis and synthesis, and the deliberate transformation of the environment. Since biology is the science of life, and humanity is the totality of living beings, man and biology have been closely linked for many centuries. The emergence of biology as an independent science occurred as a result of people's desire to systematize and increase knowledge about wildlife. Subsequently, numerous branches of biology were formed: botany, zoology, biochemistry, mycology, microbiology and others. They arose as a person mastered other fields of science and found a relationship between them. Thanks to various devices, such as, for example, a microscope and a microtome, people managed to penetrate into the microcosm and discover similarities between all living organisms at the cellular and subcellular levels. People have learned to perform various manipulations with cells and their elements, to create new animal breeds, plant varieties, bacterial strains. The topic of the relationship of society with nature is relevant at all times, and due to the fact that human intervention in life mechanisms is becoming deeper and more intense and, it seems, will soon reach its apogee, this issue is becoming increasingly popular. The purpose of this work is to consider the development of biological science in connection with the socio-cultural problems that accompany it.

Keywords: biology, society, nature, biological science, socio-cultural problems.

For citation: Kortunov V.V., Safonova S.S. (2022). Sociocultural problems of biology development. Service plus, 16(3), Pp.28-43. DOI: 10.5281/zenodo.7378403 (In Russ.).

Submitted: 2022/05/21.

Accepted: 2022/09/23.

Введение

Биология – это наука о самом удивительном явлении – жизни. От самого ее начала до естественного завершения. Возникновение жизни на нашей планете многие совершенно справедливо считают настоящим чудом. Но еще большее чудо – это появление разумной жизни, сознания, способного к анализу и синтезу, к намеренному преобразованию среды обитания.

Еще с давних времен люди задавались множеством вопросов, касающихся природы всего живого и неживого, что их окружает, пытались отыскать закономерности, по которым можно было бы определить благоприятное и неблагоприятное время для охоты, рыбной ловли, земледелия и других дел, обеспечивающих благополучие и выживание вида.

Многие открытия в области биологии были сделаны интуитивно, впоследствии получив научное обоснование. Как любая другая наука, биология богата также случайно совершенными величайшими открытиями [29].

Поскольку биология – это наука о жизни, а человечество является совокупностью живых существ, человек и биология теснейшим образом связаны на протяжении многих веков. Возникновение биологии как самостоятельной науки произошло в результате стремления людей систематизировать и приумножить знания о живой природе. В дальнейшем сформировались многочисленные отрасли биологии: ботаника, зоология, биохимия, микология, микробиология и прочие. Они возникали по мере того как человек осваивал другие области науки и находил между ними взаимосвязь. Благодаря различным приспособлениям, таким как, например, микроскоп и микротом, людям удалось проникнуть в микромир и обнаружить сходство между всеми живыми организмами на клеточном и субклеточном уровнях. Люди научились производить разнообразные манипуляции с клетками и их элементами, создавать новые породы животных, сорта растений, бактериальные штаммы.

В настоящее время биология во многом представляет собой уже не изучение механизмов и закономерностей функционирования живых

систем, а активное вмешательство в эти системы. При этом цели могут варьироваться в широчайших пределах. От стремления накормить всю планету вкусными качественными продуктами до создания биологического оружия, способного уничтожить все население Земли.

Возникновение такой значимой отрасли – симбионта биологии и философии как биологическая этика позволило удержать развитие биологии, а точнее – прогрессирующее преобразование живых систем, в пределах некоторых границ, выход за которые будет сопровождаться общественным неодобрением, административными или уголовными санкциями со стороны государств.

Сегодня можно наблюдать активное развитие всевозможных организаций по защите природы и животных, социальных течений, направленных на пропаганду экономного, разумного потребления природных ресурсов, гуманного обращения с животными. Однако не все готовы отказаться от привычного образа жизни, поэтому такие течения зачастую встречают на своем пути громогласную критику и враждебность.

Тема взаимоотношений социума с природой актуальна во все времена, а ввиду того, что вмешательство человека в жизненные механизмы становится все более глубоким и интенсивным и, кажется, вскоре достигнет своего апогея, этот вопрос приобретает все большую популярность. Целью данной работы является рассмотрение развития биологической науки в связи с социокультурными проблемами, его сопровождающими.

Основные этапы развития биологической науки

Греческому философу Анаксимандру, жившему с 611 по 546 год до н. э., приписывают первую письменную работу по естественным наукам; классическую поэму под названием "О природе". В этом стихотворении он представил то, что может быть первой письменной теорией эволюции. Анаксимандр сказал, что в начале было рыбоподобное существо с чешуей, которое возникло и жило в мировом океане. По мере того как некоторые из этих существ продвигались вперед, они выходили на сушу, сбрасывали свои

чешуйчатые покровы и становились первыми людьми. В 570 году до нашей эры Ксенофан был одним из первых, кто написал о своих наблюдениях за окаменелостями. Он думал, что окаменелости указывают на то, что ранее в этом районе была вода и грязь.

Гиппократ жил примерно с 400 по 300 годы до нашей эры. Им была предложена теория о том, что человеческое тело состоит из четырех элементов (земли, воздуха, огня, воды) плюс четырех жидкостей или соков – крови, вырабатываемой сердцем; желтой желчи, вырабатываемой печенью; меланхолии или черной желчи, вырабатываемой селезенкой; и флегмы, вырабатываемой мозгом.

Аристотель, один из самых известных учеников Платона, жил с 343 по 322 год до н. э. и внес большой вклад в то, что мы сейчас считаем областью биологии. С тех пор его усовершенствование систем классификации животных и растений оказало глубокое влияние на ход биологической мысли. Его система классификации включала то, что он называл *Scala naturae*, “шкалой природы”. Он постулировал, что все организмы расположены в иерархии от простейших до самых сложных, как ступени на лестнице, где нет свободных мест, нет мобильности и нет возможности для изменений, так как все места были заполнены [32].

Именно Аристотеля считают основоположником биологии. В его трактатах, сохранившихся до наших дней, подробно описаны знания народа Античности о биологии. Научно-философское учение Аристотеля – это совокупность всех открытий греческой науки. Существовавшие ранее трактаты Аристотеля о растениях утеряны, однако работу в области ботаники продолжил Теофраст (372-287 гг. до н.э.), один из лучших учеников Аристотеля, которого считают основателем ботаники [22]. Теофрастом было изучено и описано множество растений, в его трудах содержатся сведения о морфологии и физиологических процессах, происходящих в растениях [6]. Также он обнаружил возможность использования полезных свойств растений в быту и классифицировал растения на основе формы и текстуры. Его книга “*Historia Plantarum*” посвящена 480 растениям.

К концу 1600-х годов наблюдения проводились с помощью первых, примитивных микроскопов. В 1665 году Роберт Гук был первым человеком, который увидел и описал клетки. Он исследовал мертвую кору пробкового дерева с помощью примитивного микроскопа и увидел маленькие ячейки, которые он назвал клетками [4].

Антон ван Левенгук был первым человеком, который наблюдал за сперматозоидами с помощью своего очень примитивного микроскопа. Ему показалось, что он увидел крошечные части тела в сперме. Он использовал это как “доказательство” идеи о том, что гомункулус находился в сперме, а тело матери просто служило местом для роста посаженного семени. Кроме того, Левенгук предположил, что оплодотворение происходит, когда сперматозоид входит в яйцеклетку, но на самом деле это не могло наблюдаться в течение еще 100 лет [31].

В области ботаники в древности были совершены значительные достижения. Классификация организмов в Индии взята из Вед и Упанишад (1500 г. до н. э. – 600 г. до н. э.). В этих книгах использовалось много технических терминов для описания растений и их частей как морфологических, так и анатомических. Практиковался севооборот сельскохозяйственных культур, а также собирались и изучались лекарственные растения. Два выдающихся древнеиндийских ученых и аюрведических врача по имени Чарака и Сусрута внесли свой вклад в знания человечества о разнообразии и пользе растений. Древние индийские ученые составили “Врикшаюрведу” еще до начала христианской эры, и она посвящена научному изучению растений и животных [3].

С упадком греческой и римской цивилизации в течение более чем четырнадцати столетий не было значительного ботанического прогресса. Однако в шестнадцатом веке вновь произошло пробуждение ботанических знаний. Отто Брунфельс был одним из первых в группе известных травников, которые описали и проиллюстрировали растения, известные в тот период. Их больше интересовали предполагаемые медицинские ценности и бытовое использование растений. Брунфельс создал один из первых иллюстрированных гербариев и распознал совершенные и несовер-

шенные группы растений, характеризующиеся наличием и отсутствием цветов соответственно. Травники как группа важны своим вкладом в описательные этапы систематической ботаники [9].

Карл Линней (1707-1778), шведский натуралист, которого также называют «отцом систематики», классифицировал организмы в соответствии со своей собственной системой классификации, которая называется биномиальной системой номенклатуры. Эта система основана на принципе наименования организмов двумя словами: род и вид. По его словам, существующие виды растений и животных были потомками ранее созданных видов. Его «Естественная система» появилась в 1735 году [30].

В 1809 году Жан Батист Ламарк опубликовал свою «Теорию эволюции». Его основными тезисами были:

1. Эволюция или изменения внутри вида обусловлены врожденным, внутренним стремлением к большему совершенству;

2. Использование или неиспользование различных органов сделало их соответственно больше или меньше;

3. Эти приобретенные черты могут быть унаследованы или переданы потомству (наследование приобретенных черт) [26].

В 1828 году Карл фон Бер опубликовал «Стадии развития яйцеклеток млекопитающих». Он смог показать, что недифференцированное одноклеточное яйцо вырастает в многоклеточный эмбрион, в котором все клетки выполняют разные функции. Это опровергло теорию преформации (которая гласила, что преформированный гомункулус просто становится больше) [27].

В 1859 году Чарльз Дарвин опубликовал книгу «Происхождение видов путем естественного отбора или сохранение привилегированных рас в борьбе за жизнь», более известную как «Происхождение видов».

В 1865 году австрийский монах Грегор Мендель опубликовал статью о генетике, которая принесла ему прозвище «Отец современной генетики». Одной из обязанностей Менделя в монастыре был уход за садом. Занимаясь своими делами, он заметил, что некоторые из его растений

гороха были высокими, в то время как другие были низкими, у одних были фиолетовые цветы, а у других белые, у некоторых были желтые семена, а у других зеленые, а у некоторых были морщинистые семена, в то время как у других были гладкие семена [32]. Когда Мендель выращивал горох, он делал особые скрещивания между определенными растениями и делал нечто очень необычное для биологии в те дни – он подсчитывал результаты. Исходя из этого, он разработал теорию генетики, которая опровергла идею гомункула и позволила людям предсказать результат генетического скрещивания, если были известны гены родителей.

В 1953 году американец Джеймс Уотсон и англичанин Фрэнсис Крик опубликовали статью, в которой они предложили гипотетическую структуру ДНК, которая также показала, как ДНК может быть материалом генетического кода, и предложила средство, с помощью которого она может самовоспроизводиться. Последующий химический анализ ДНК подтвердил их предсказание. Примерно 100-150 лет назад наука биология и религия вмешивались в человеческую мысль и культуру. Со времен Дарвина в западной культуре наука и религия в значительной степени пошли своими путями в то время, когда в науке постоянно делались новые открытия [27].

За последние десятилетия, прошедшие с момента публикации статьи Уотсона и Крика о ДНК, биологические знания человечества выросли в геометрической прогрессии, особенно в области генетики. Существуют всевозможные фантастические и, возможно, спасающие жизнь вещи, на которые способны люди, которые также дают им возможность уничтожать целые сегменты человеческой популяции и целые виды организмов.

Биологическая этика как ограничивающий фактор развития биологии

Биоэтика – относительно молодая область знаний, опирающаяся на многие устоявшиеся академические дисциплины, такие как философия, юриспруденция, социология, науки о жизни и другие [12]. Биоэтика занимается подлинными проблемами философской этики, а также практическими вопросами, возникающими в медицин-

ских и немедицинских науках о жизни и влияющими на государственную политику, а также на направление и контроль науки [11; 15; 37]. Термин «биоэтика» был введен в оборот в 1970 г. биохимиком В.Р. Поттером, указывавшим, что в ходе стремительного научного прогресса не уделяется должного внимания моральным и духовным ценностям. Некоторое время это понятие ассоциировалось с попытками увязать научные факты с духовными представлениями при обсуждении экологических проблем. В настоящее время оно приобрело более широкое значение, охватывающее не только медицинскую этику, но и этику здравоохранения. На протяжении последних десятилетий предмет «биоэтика» укоренился в качестве одного из разделов этики, развитие которой было вызвано как злоупотреблениями, имевшими место (особенно во время Второй мировой войны) при проведении медицинских исследований на людях, так и появлением медицинских технологий, бросивших вызов многим общепринятым ценностям и нормам в обществе.

Новую дисциплину В.Р. Поттер называл «мостом» между «фактами» и «ценностями». Актуальность ее изучения заключалась в том, что в течение второй половины XX века биологические науки постоянно расширяли сферу своих знаний и технических возможностей, но, вместе с тем, размышления о ценностях, связанных с этим процессом, продвигались вперед не столь интенсивно. Термин «биоэтика» ученый составил, используя два греческих слова: *bios* (жизнь), представляющее факты жизни и науки о жизни, и *ethos* (мораль), относящееся к ценностям и обязанностям [1].

Главная идея биологической этики состоит в том, что не все действия, осуществимые технически, верны и допустимы с точки зрения морали. Биоэтика касается этических вопросов, возникающих в отношениях между биологией, медициной, историей и социальными науками, политикой, правом, философией и теологией.

Существование между природой и культурой определяет граничную (метаксическую) природу человека. Пересечение в человеке биологической и культурной составляющих приводит к возникновению качественно новых граничных

биокультурных человеческих качеств [14]. Биоэтические проблемы находятся на пересечении биологической и этической реальности, совмещая в себе одновременно свойства сущего и должного [19]. Существуют разногласия относительно надлежащей сферы применения этической оценки к вопросам, связанным с биологией. Некоторые специалисты по биоэтике ограничили бы этическую оценку только моралью медицинского лечения или технологических инноваций, а также сроками медицинского лечения людей. Другие специалисты по биоэтике расширили бы сферу этической оценки, включив в нее мораль всех действий, которые могут помочь или навредить организациям, способным испытывать страх и боль.

Биоэтика включает в себя множество вопросов государственной политики, которые часто политизируются и используются для мобилизации политических кругов, отсюда и появление биополитики и ее технопрогрессивной/биоконсервативной оси. По этой причине некоторые биологи и другие специалисты, занимающиеся разработкой технологий, стали рассматривать любое упоминание "биоэтики" как попытку сорвать их работу и реагировать на нее как таковую, независимо от истинных намерений. Некоторые биологи могут быть склонны к такому мышлению, поскольку они считают свою работу изначально этической, а нападки на нее – ошибочными [34].

Специалисты по биоэтике часто фокусируются на использовании философии для анализа проблем, а философы-биоэтики, такие как Питер Сингер, склонны рассматривать эту область как раздел моральной или этической философии. Однако этот подход иногда подвергается сомнению, и биоэтика становится все более междисциплинарной. Многие специалисты по биоэтике имеют опыт работы за пределами академической философии, а некоторые даже утверждают, что методы аналитической философии оказали негативное влияние на развитие этой области. Многие сегодня делают упор на эмпирические методы, и на самом деле доминирование этого подхода также было поставлено под сомнение [11].

Религиозные специалисты по биоэтике разработали правила и рекомендации о том, как ре-

шать эти проблемы с точки зрения их соответствующих вероисповеданий. Некоторые западные светские специалисты по биоэтике критически относятся к тому факту, что это, как правило, ученые-религиоведы, не имеющие академической степени или подготовки в дисциплинах, относящихся к этим вопросам, таких как философия (где обычно проводится формальное изучение этики), биология или медицина.

Многие религиозные специалисты по биоэтике являются еврейскими или христианскими учеными. Однако все большее число религиоведов из других религий также занимаются этой областью. Исламские священнослужители начали писать на эту тему, такие как мусульманский специалист по биоэтике Абдулазиз Сачедина. Либеральные мусульмане подвергли некоторой критике то, что по этому вопросу слышны только более религиозно консервативные голоса в исламе [38].

В случае большинства незападных культур строгого отделения религии от философии не существует. Во многих азиатских культурах существует оживленная (и часто менее догматичная, но более прагматичная) дискуссия по биоэтическим вопросам. В ходе обсуждения часто говорится об общей демографической политике, которая подвергается критике, как в случае с Китаем. Буддийская биоэтика в целом характеризуется натуралистическим мировоззрением, которое ведет к рационалистическому, прагматическому подходу. Буддийские специалисты по биоэтике включают Дэмиена Киуна. В Африке и частично также в Латинской Америке дискуссии по биоэтике часто фокусируются на ее практической значимости в контексте слаборазвитости и (национальных или глобальных) властных отношений [36].

Будущее биоэтики все еще развивается, и такие сторонники, как доктор Питер Уайтхаус, призывают к «глубокой биоэтике», сродни «глубокой экологии», где рассматривается моральный статус нечеловеческих форм жизни. Глубокая биоэтика, возможно, является более сложной задачей для светских биоэтиков, чем даже глобальная этика, потому что она ценит интуицию и основывает некоторые из своих этических выводов на духовной связи с природой.

Некоторые из основных направлений современной биоэтики включают подходы, необходимые для поддержания жизни на этой планете, последствия генетических технологий, новые модели здоровья с акцентом на здоровье и уроки духовных традиций для создания лучшего мира.

Биоэтика стала полностью интернационализированной за последние 30 лет, и хотя одним из факторов, позволивших ей путешествовать, является доминирование английского языка (и, следовательно, до определенного момента англоязычные способы ведения дел, такие как философия), влияние других философских традиций становится все более важным. Традиции европейской философии (в частности, феноменологии и герменевтики), фокусирующиеся на значении и опыте, а не на концептуальном анализе и нормативной теории морали, оказали особое влияние на работу в области этики. Неудивительно, что, возможно, этот подход в философии ближе по духу к определенным видам качественных социальных исследований и является одной из областей, где философская биоэтика наиболее тесно сотрудничает с социальными науками.

Из-за социальных противоречий, которые порождают многие важные проблемы в области биоэтики (исследования эмбрионов, экстракорпоральное оплодотворение, эвтаназия и улучшение здоровья человека, и это лишь несколько примеров), социальные полномочия выступать на эти темы часто оспариваются. Биоэтика сталкивается с парадоксом стремления быть «вне политики» и в то же время занимать центральное место в интенсивно политической сфере. Религиозная принадлежность – лишь одно из измерений этого: для одной стороны «католическая биоэтика» может быть просто «биоэтикой, сформулированной правильно»; для другого это может быть «вовсе не биоэтика, а просто доктрина какой-то группы, которая мне не нравится». Роль политики в биоэтике стала более важной не только из-за ее социального контекста, но и в качестве фокуса для биоэтических исследований. Одной из иллюстраций этого является повышение значимости в последние годы «этики общественного здравоохранения», которая фокусируется на политике здра-

вохранения, распределении ресурсов, здоровье населения и – все чаще – глобальной справедливости. В этом фокусе он неизбежно связан с вопросами социальной структуры, власти и коллективного выбора, и как таковой он все больше признает важность нормативной политической философии наряду с нормативной моральной философией [28].

Помимо вопросов, связанных с социальными отношениями и медициной, биологическая этика заостряет особое внимание также на проблеме использования животных в экспериментах. Эксперименты на животных фундаментальны для биологических и медицинских наук и часто имеют решающее значение для понимания жизненных явлений, существенно углубляют и расширяют биологическое знание и во многом обеспечивают развитие отраслей науки. Экспериментирование на животных применяется в физиологических, токсикологических исследованиях, в моделировании и экспериментальной терапии патологических процессов, при обучении врачей, биологов, зоотехников. Знание, приобретенное путем экспериментирования на животных, является уникальным и служит человеку для защиты жизни, облегчения страданий и обеспечения его выживания [16]. Однако с точки зрения биоэтики использование животных в экспериментах является априори негуманным и нежелательным, поскольку противоречит принципу уважения к жизни и воздержанию от причинения боли и страданий живым существам. В ряде стран сформированы общественные структуры, активно выступающие за строгое ограничение экспериментов на животных вплоть до полного их прекращения, а также комитеты по биоэтике, призванные обеспечивать контроль за использованием подопытных животных в научных проектах и образовательной деятельности. Активно постулируются идеи о необходимости замены экспериментирования на животных математическими моделями, которые, впрочем, в настоящее время являются весьма несовершенными и пока не способны полностью заменить живой организм.

Таким образом, биологическая этика выступает в качестве регулятора и ограничителя в об-

ласти биологических изысканий. Технологически осуществимые манипуляции с живыми системами не всегда приводят к положительному результату и могут быть использованы не с благими намерениями.

Глобальные и социокультурные проблемы человечества, связанные с развитием биологии

Сегодня разносторонняя деятельность человека приобрела беспрецедентные масштабы, охватывая практически весь земной шар. Космические аппараты позволяют практически мгновенно связаться по телефону из любой точки мира, а промышленные выбросы веществ обнаруживаются даже в Антарктиде. Следовательно, перед человечеством стоит ряд проблем, охватывающих весь земной шар и даже ближнее космическое пространство. Такие проблемы называются глобальными (от фр. *global* – общий, производное от лат. *globus* – шар). Эти проблемы изучаются многими дисциплинами, в том числе географией, хотя в географическом покрове Земли все компоненты тесно взаимосвязаны через круговорот различных веществ и энергий [8].

Глобальных проблем на сегодняшний день существует достаточно большое количество, и многие из них непосредственно связаны с развитием биологических технологий. Мы рассмотрим лишь основные из них.

1. Экологические проблемы. Они являются результатом влияния человека и его хозяйственной деятельности на окружающую среду. С развитием сельского хозяйства, животноводства и особенно воздействия на природу усилилось и во второй половине XX века в связи с быстрым развитием промышленности и транспорта, резким демографическим взрывом, урбанизацией и ядерными испытаниями. Негативное воздействие человека на природу проявляется как в снижении качества и деградации отдельных ее компонентов, так и в загрязнении природы в целом.

Сельское является серьезным источником загрязнения окружающей среды. Большая часть загрязняющих веществ поступает в почву из минеральных удобрений, особенно фосфора (радиоактивные изотопы, редкие и рассеянные химические элементы). В сельской местности пестициды используются для уничтожения вредите-

лей сельскохозяйственных растений, дефолиантов, для борьбы с сорняками. Эти вещества из почвы попадают в растения, затем в организм животных и человека.

Загрязняющие вещества содержатся во всех компонентах окружающей среды: воздухе, воде, горных породах, почвах, растениях и животных. В организм человека продукты поступают с загрязнением воздуха, продуктов питания и питьевой воды.

2. Продовольственная проблема. В начале XXI века продовольственная проблема в мире обострилась в связи с возросшими темпами роста населения по сравнению с производством продовольствия, значительного сокращения земель под пашни и пресной воды, необходимых для производства сельскохозяйственной продукции. Значительная доля добычи продовольственных ресурсов происходит за счет Мирового океана. За последние десятилетия существенно возрос вылов рыбы и других гидробионтов. Нерегулируемый промысел наносит огромный ущерб океанским ресурсам. Продовольственная проблема тесно связана с дефицитом пресной воды и изменением климата [24].

Развивающиеся страны вынуждены импортировать продовольствие, тратя значительную часть своих доходов от экспорта. Это подрывает экономику некоторых стран, усиливая их экономическую отсталость.

В развитых странах существует также продовольственная проблема и другие ее аспекты. Товаров животного происхождения становится больше, население потребляет много жирной и сладкой пищи, что приводит к переяданию. Работа в городах не связана с большими физическими нагрузками и не требует увеличения калорийности рациона. В Европе и Северной Америке жиры и масла постепенно уступают место зерновой диете и овощам. Продукты американского фастфуда "фастфуд" содержат чрезмерное количество жира и сахара, вредных для здоровья человека компонентов. Все это привело к тому, что в США 55 % взрослого населения имеют избыточный вес. Аналогичная ситуация сложилась и в Западной Европе. Переядание, как и голод, имеет

негативные последствия: повышается подверженность заболеваниям (диабет, гипертония и др.), повышается смертность. Наряду с чрезмерным потреблением пищи следуют пищевая аллергия, пищевая гиперчувствительность [13].

Применение современных достижений биотехнологии, особенно генетически модифицированных продуктов питания, открывает существенные новые возможности для увеличения объемов производства. Основные направления биотехнологии: влияние на формирование и развитие организмов с помощью активных веществ (гормонов); культура тканей (культивирование необходимых для человека клеток и тканей вне живых организмов), геновая инженерия, то есть изменения растений и животных на основе рекомбинации ДНК. Методы геновой инженерии позволяют человеку создавать новые биосистемы, конструировать биологические объекты с заранее заданными свойствами [21; 7].

Опасность масштабного применения ГМ-растений связывают с вытеснением ими других растений, что ведет к значительному сокращению биологического разнообразия. Еще одна причина связана с нарушением трофических цепочек: «появление ГМ-растений, устойчивых к насекомым, становится причиной исчезновения сначала многих видов насекомых; потом птиц и мелких млекопитающих, питающихся насекомыми, затем и крупных млекопитающих, употребляющих в пищу мелких животных. Но особую опасность представляет третья причина: вероятность встраивания «чужих» генов в геномы других организмов в результате горизонтального переноса генов. Однако у сторонников трансгенных растений есть аргументы и против этих опасений». [25].

3. Демографическая проблема. Несмотря на плохую обеспеченность продовольствием в некоторых странах, население Земли в глобальном отношении продолжает увеличиваться. Это связано с множеством факторов, таких как совершенствование медицинских технологий, увеличение средней продолжительности жизни людей, изменение морально-этических норм в отношении смертной казни и физических наказаний.

Однако рост населения порождает ряд других глобальных проблем, с которыми человечеству приходится сталкиваться сегодня.

4. Угроза возникновения новых инфекционных заболеваний и их эпидемий. Массовые инфекционные заболевания играли огромную разрушительную роль в жизни цивилизации. Во времена Пелопонесской войны в Афинах свирепствовала эпидемия чумы. Во времена императора Юстиниана началась эпидемия бубонной чумы в Византии и других странах. В дальнейшем произошло еще две великие пандемии чумы.

В средние века широкое распространение имела проказа, особенно – в эпоху крестовых походов. Во времена наполеоновских войн возникла эпидемия сыпного тифа, ударившая по армии.

В современном мире, несмотря на возможности медицины, за последние десятилетия стали возникать новые опасные инфекции. Особую значимость приобретают вирусы. Основными причинами их возникновения являются постоянное изменение генома, изменения социальных условий и природной среды [18].

5. Клонирование людей. Данная проблема не является в настоящий момент глобальной, однако подразумевает под собой комплекс морально-этических вопросов. В конце XX – начале XXI века возникла техническая возможность приступить к формированию и выращиванию принципиально новых человеческих существ. Однако общество оказалось к такому совершенно не готово. Существуют такие проблемы, связанные с клонированием человека, как долгосрочная непредсказуемость генетических изменений и опасность утечки технологий в криминальные и террористические структуры [25].

В настоящее время клонирование человека в полном смысле этого понятия находится под запретом, однако технологии клонирования частично применяются в медицине. Существует 2 вида клонирования: репродуктивное и терапевтическое. Цель клонирования в целях воспроизводства состоит в том, чтобы получить в конечном итоге индивидуума, генетически идентичного донору (родителю). Целями терапевтического клонирования являются различные виды лечения:

лечение дегенеративных заболеваний, таких как болезнь Альцгеймера или Паркинсона; лечение рака, старения; лечение бесплодия. Большинство опасений связано с репродуктивным клонированием.

Люди во всем мире, верующие и атеисты ожидают, что репродуктивное клонирование кардинально изменит общество. Но терапевтическое клонирование часто связано с решением постоянных проблем со здоровьем, это надежда людей быть здоровее и моложе. Более того, очень скоро это станет реальностью. Многие страны запрещают клонирование в целях воспроизводства, но терапевтическое клонирование является законным в этих странах (включая Российскую Федерацию) [35].

6. Возможность создания искусственного интеллекта. Несмотря на то, что разработку и создание ИИ принято относить к разделу робототехники, первоначально все технологические этапы конструирования любого механического и электронного устройства, призванного выполнять какие-либо вычислительные действия, были разработаны на основе биологического знания, в частности – о нейронных процессах передачи импульса. Современные искусственные нейросети созданы по образу и подобию настоящих нейронных цепей, расположенных в головном мозге животных. Роботов же конструируют в основном антропоморфными, приближая биомеханику роботизированной кисти к настоящей руке человека. Их обучение также производится аналогично обучению живых существ. В настоящее время идеи создания искусственного интеллекта становятся все более популярными, хотя раньше присутствовали в художественной литературе в качестве вымышленных технологий [2].

Многих людей небезосновательно пугает перспектива появления машины, в полной мере способной заменить человека во всех сферах его жизни. За первоначально благими целями может крыться большая опасность, которая может в будущем привести к вымиранию человеческого рода.

Роль биологии в решении глобальных проблем человечества

Биологическая наука, как и большинство других явлений реальности, может нести в себе как разрушительные, так и созидательные функции. К счастью, в настоящее время человечество, видя масштабы и деструктивную силу своих действий по преобразованию планеты и природы в соответствии со своими нуждами и прихотями, принялось разрабатывать технологии по восстановлению, компенсации нанесенного ущерба. И полученные за долгие годы исследований в различных направлениях знания в полной мере позволяют решить этот вопрос [10]. Можно сказать, что постепенно происходит изменение общественного сознания. Все больше людей становятся приверженцами осознанного потребления продуктов и ресурсов, создаются организации волонтеров, которые приезжают на замусоренные участки лесов или других природных объектов и собирают мусор. Определенные слои населения настроены более радикально, они пропагандируют отказ от потребления продуктов животного происхождения и ношения одежды и обуви из натуральных кожи и меха. Ввиду этого можно с уверенностью говорить о том, что глобальные проблемы, связанные косвенно или напрямую как с биологической наукой, так и с природопользованием, оказывают влияние на культурные взгляды людей.

Основными мерами по борьбе с экологическими проблемами, являются восстановление лесных массивов и популяций животных, а также общественное воспитание населения.

Лесовосстановление – выращивание лесов, которые ранее были вырублены с использованием пород деревьев, произрастающих в данной географической зоне. Другим термином для лесовосстановления является облесение, практика восстановления лесов, которые когда-то существовали, но были вырублены. Возрождающийся лес может принести пользу окружающей среде, сохранить исчезающие виды и возобновить ценные ресурсы, а также может удалять углекислый газ из атмосферы, что способствует замедлению глобального потепления.

Лесовосстановление может происходить либо естественным путем, либо осуществляться людьми. При естественном лесовосстановлении

территория просто остается нетронутой человеческой деятельностью. Саженцы, посаженные в землю или перенесенные на участок ветром и потоком воды, прорастают и растут. Лес восстанавливается в надлежащее время в соответствии с особенностями видов растений, характерных для этой географической области.

При искусственном лесовосстановлении люди пытаются восстановить леса. Однако оно может вызвать споры о том, обладает ли восстановленный лес таким же биоразнообразием, как и первоначальный лес, или лес, который был восстановлен естественным путем. Например, некоторые леса были пересажены только одним видом деревьев, в то время как другие виды деревьев не могут вырасти снова, что приводит к возникновению лесной монокультуры, напоминающей сельское хозяйство. Все чаще лесовосстановление осуществляется путем посадки саженцев нескольких видов, произрастающих в этом районе. В четко вырубленных районах может происходить естественное восстановление целого ряда видов растений и животных. Таким образом, в некоторых проектах искусственного лесовосстановления участки лесов, в которых преобладает один вид или естественная монокультура, участки леса вырубаются или сжигаются, а обезлесенные участки естественным образом восстанавливаются. Это приводит к более разнообразной экосистеме, чем ранее существовавшая в естественном лесу. Эта процедура особенно полезна для старых лесов на сохранившихся общественных землях, которые часто были защищены от возобновляющего воздействия лесных пожаров в течение многих лет.

Лесовосстановлением часто занимаются деревообрабатывающая и бумажная промышленность, чтобы сохранить ресурсы, которые делают возможным продолжение деревообрабатывающей промышленности. Эти отрасли промышленности используют лес в качестве культуры, в которой деревья пересаживаются взамен тех, которые были вырублены. Вырубка деревьев производится выборочно и тщательно, чтобы максимизировать урожайность. Технологии лесовосстановления непрерывно совершенствуются,

чтобы сократить время восстановления лесов [23; 20].

Восстановление популяций животных или экологическое восстановление – процесс восстановления биологических сообществ, которые были деградированы или уничтожены. Во многих экосистемах люди изменили местные коренные популяции животных, внедрили инвазивные виды, превратили природные сообщества в добывающие (такие как сельское хозяйство или добыча полезных ископаемых), загрязнили воды и деградировали почвенные ресурсы. Экологическое восстановление фокусируется на устранении ущерба, нанесенного деятельностью человека природным экосистемам, и стремится вернуть их в более раннее состояние или в другое состояние, тесно связанное с состоянием, не измененным деятельностью человека. Экологическое восстановление отличается от практики сохранения, которая в первую очередь направлена на предотвращение дальнейших потерь экосистем [39].

Наилучшая возможность для восстановления исчезающих видов существует, когда все еще существуют популяции на всей территории первоначального ареала, даже если популяции малочисленны и широко разделены. До тех пор, пока организмы сохраняются в естественных, хотя, возможно, сильно деградированных или измененных средах обитания, восстановление может быть достигнуто за счет улучшения среды обитания, сокращения причин смертности и других мер управления, которые позволяют существующим популяциям расширяться. Вторая лучшая возможность для восстановления исчезающих видов существует, когда вид был уничтожен на части своего ареала, но все еще выживает в здоровых популяциях в других частях своего ареала. В таких случаях организмы могут быть перемещены в свободные места обитания после устранения первоначальных причин упадка и локального вымирания [5].

Однако часто действия по восстановлению исчезающих видов откладываются после того момента, когда возможно восстановление на месте или даже перемещение между природными районами. Оставшиеся дикие популяции, если

они вообще существуют, могут не быть самодостаточными, и может оказаться невозможным обратить вспять их сокращение до прогнозируемой даты исчезновения. Например, черноногие хорьки (*Mustela nigripes*) считались вымершими до тех пор, пока в 1981 году вблизи Мититсе, штат Вайоминг, не была обнаружена единственная популяция из 30-50 взрослых особей. Эта популяция сократилась в 1985 и 1986 годах, когда эпидемия чумы уничтожила колонию луговых собачек, которая была основной пищевой базой для хорьков, а затем эпидемия чумы уничтожила самих хорьков [33].

Таким образом, важнейшей задачей является, прежде всего, недопущение полного исчезновения популяции или существенного изменения ее характеристик.

Вопросы же, связанные с медициной и биотехнологиями, являются весьма противоречивыми и дискуссионными. Например, является ли искусственное продление жизни человека за счет пересадки органов и вживления различных устройств, заменяющих эти органы, правильным с точки зрения законов природы? Не способствует ли это проблеме перенаселения на планете? К чему может в долгосрочной перспективе привести веяние трансгуманизма? И можно ли рассматривать тот факт, что новейшие медицинские достижения доступны лишь для обеспеченных людей, в качестве искусственного отбора, действующего в человеческой популяции? Не мешает ли в таком случае оптимальному отбору выживание недоношенных детей и детей с дефектами умственного развития, которые без медицинской помощи погибли бы и не потребляли бы ресурсы, которые пригодятся здоровым и сильным? Такие рассуждения, вероятно, звучат несколько жестоко, однако они вполне справедливы ввиду сложившихся глобальных проблем человечества.

Отсюда вытекают и другие философские вопросы, связанные с возможными направлениями дальнейшей эволюции человека как вида. Есть мнение, что она давно прекращена, однако это не совсем так. Мельчайшие изменения происходят с каждым новым поколением людей, просто они связаны уже не столько с морфофизиологически-

ми проявлениями и фенотипом, сколько с интеллектуальными особенностями и поведенческими паттернами, обеспечивающими наиболее успешное выживание индивида в постоянно меняющихся условиях окружающей среды, в частности – социокультурной.

В дальнейшей судьбе человечества направление развития биологии будет играть, на наш взгляд, определяющую роль. Разными учеными, общественными деятелями, футуристами и просто заинтересованными лицами выдвигаются самые разнообразные модели и теории будущей жизни. Кто-то утверждает, что человечеству грозит скорейшая и бесповоротная гибель от экологических и техногенных катастроф, другие считают, что когда человек создаст искусственный разум – не голосовых помощников, которых сейчас именуют таковым, а полноценный, мыслящий, самообучающийся, настанет конец для всего живого. Есть и противоположные мнения, гласящие, что научно-технический прогресс – это абсолютное благо, которое приведет к вечной счастливой жизни для всех и каждого. Фигурирует и идея возврата человечества к средневековому и первобытному состояниям. Все эти теории по-своему правдоподобны и интересны, однако наше мнение заключается в том, что основные усилия современной науки должны быть направлены не на всеобщую компьютеризацию, а на восстановление загубленных живых систем. Не на продление жизни человека до бесконечности, а на улучшение качества этой жизни. Качества не в понимании неограниченного потребления, а с точки зрения реальных природных потребностей человека как биологического и социального существа.

Заключение

Человек, являясь, в первую очередь, биологическим объектом, находится в тесной взаимосвязи со всеми живыми системами, которые его окружают. В процессе познания устройства и закономерностей функционирования этих систем человечество накопило огромный объем знаний, которые успешно использует для преобразования среды обитания в соответствии со своими нуждами. Животные, растения, грибы и бактерии широко используются как в качестве пищевых объектов, так и в исследовательских целях. Развитие биологической науки позволяет совершенствовать сельскохозяйственные, медицинские и другие технологии, без которых современная жизнь кажется немыслимой.

Безудержному и, вероятно, деструктивному развитию биологии, которое, несомненно, могло бы привести к самым печальным последствиям, в значительной мере препятствует морально-этическая сторона науки, которая ставит под сомнение необходимость осуществления определенных манипуляций с живыми организмами.

Вопрос дальнейшего пути биологических исследований и проектов неразрывно сопряжен с необходимостью решения глобальных проблем человечества, и в этом направлении в настоящее время делаются немалые усилия. Вне зависимости от того, связан ли отдельный человек непосредственно с биологией, каждому необходимо осознавать свое место в экосистеме и предпринимать все возможные усилия к тому, чтобы наносить ей как можно меньше вреда.

Список источников

1. Агеева Н.А. Биоэтика как новое синтетическое направление современной науки/ Н.А. Агеева// Гуманит. и соц. науки. – 2012. – №6. – С. 100 – 108.
2. Азимов А. Я, робот/ А. Азимов// М.: Эксмо. – 2008. – 800 с.
3. Аникеева Е.Н. Об онтологическом статусе божественной реальности в ведах и упанишадах./ Е.Н. Аникеева// Эл. научн. изд. Альманах Пространство и время. – 2016.
4. Боголюбов А.Н. Роберт Гук (1635 – 1703)/ А.Н. Боголюбов// М.: Наука. – 1984. – 165 с.
5. Бочарников В.Н. Новый взгляд на проблему сохранения дикой природы/ В.Н. Бочарников// Астраханский вестник экол. обр. – 2013. – №1(23). – С. 72 – 87.
6. Вернадский, В.И. Живое вещество и биосфера/ В.И. Вернадский. – М., 2010. – 35 с.

7. Воронцова З.И. Философские и социокультурные проблемы биогенных технологий/ З.И. Воронцова// Новые технологии. – 2009. – С. 1 – 5.
8. Гамова В.Ю. Глобальные проблемы и перспективы развития человечества/ В.Ю. Гамова, Д.М. Мусанов// Ученые записки Санкт-Петербургского им. В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2004. – №1(21). – С. 194 – 198.
9. Головкин Б.Н. Chronica Botanica (Ботаническая хронология)/ Б.Н. Головкин// Hortus botanicus. – 2004.
10. Гордиенко Е.Н. Миссия биологии в контексте глобальных проблем современности/ Е.Н. Гордиенко, Н.Н. Пахомов// Высшее образование сегодня. – 2020. – №9. – С. 7 – 13.
11. Засухина В.Н. Социальное в биоэтике/ В.Н. Засухина// Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке. – 2012. – №3. – С. 21 – 29.
12. Кашапов Ф.А. Философские основания биоэтики Ф.А. Кашапов// Автореф. дисс. на соиск. уч. степени д.ф.н. – 09.00.01. – Челябинск. – 2005. – 48 с.
13. Колосницына М.Г. Избыточный вес: сколько это стоит и что с этим делать?/ М.Г. Колосницына, А.Н. Бердникова// Прикладная эконометрика. – 2009. – С. 1 – 27.
14. Костылев Е.Н. Граничное биокультурное начало в природе человека/ Е.Н. Костылев// Автореф. дисс. на соиск. уч. степени к.ф.н. – 09.00.13. – Омск. – 2006. – 20 с.
15. Котульский И.В. Феномен биоэтики и вопросы медицинской этики/ И.В. Котульский, О.А. Никольченко// Ортопедия, травматология и протезирование. – 2010. – №2. – С. 101 – 106.
16. Курзанов А.Н. Экспериментирование на животных в рамках образовательного процесса в ракурсе биоэтики/ А.Н. Курзанов, Н.В. Заболотских// Междунар. журн. экспериментального обр. – 2013. – №4. – С. 155 – 158.
17. Лисеев И.К. Философия. Биология. Культура (работы разных лет)/ И.К. Лисеев// М.: ИФРАН. – 2011. – 315 с.
18. Макеев В.А. Возникновение новых инфекционных заболеваний – глобальная проблема человечества/ В.А. Макеев, В.К. Владимировский// Стратегия гражданской защиты: проблемы и исследования. – 2012. – Т.2. – №2(3). – С. 798 – 812.
19. Мирясова Н. А. О соотношении сущего и должного в биоэтике/ Н.А. Мирясова, В.И. Моисеев// Философские проблемы биологии и медицины. – 2011. – Вып. 5: Нормативное и дескриптивное: сборник статей. — М.: изд-во «Принт-берри». – С. 19 – 21.
20. Мухортов Д. И. О разработке новых технологий искусственного лесовосстановления/ Д. И. Мухортов, Т.В. Нуреева, А. В. Ушнурцев// Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Лес. Экология. Природопользование. – 2014. – С. 85 – 88.
21. Поликарпова В.А. Социокультурные аспекты генной инженерии человека/ В.А. Поликарпова// Автореф. дисс. на соиск. уч. степени к.ф.н. – 09.00.01. – Харьков. – 1992. – 17 с.
22. Речицкая Н.О. Становление системы биологических знаний от античности до современности/ Н.О. Речицкая, А.С. Речицкий// Инновации. Наука. Образование. – 2020. – №23. – С. 1885 – 1892.
23. Рыбалкина Н.В. Методы лесовосстановления средневозрастных защитных лесных насаждений разного породного состава/ Н.В. Рыбалкина, В.Ю. Сыромятников, А.В. Попов, Л.М. Шеншин// Научно-исследовательский журнал. – 2019. – Вып. 8 (86). – С. 84 – 88.
24. Савельева А.В. Роль продовольственной проблемы в современной мировой экономике/ А.В. Савельева// Экономический журнал ВШЭ. – 2013. – №3. – С. 524 – 539.
25. Соколов Ю.И. Риски высоких технологий/ Ю.И. Соколов// МЧС России. – М.: ФГУ ВНИИ ГОЧС (ФЦ). – 2009. – 312 с.
26. Шаталкин А.И. «Философия зоологии» Жана Батиста Ламарка: взгляд из XXI века/ А.И. Шаталкин// М.:КМК Научная пресса. – 2009. – 606 с.
27. Шредингер Э. Что такое жизнь?: [сборник]/ Э. Шредингер; [пер. с англ. К. Егоровой]// М.: Изд-во АСТ. – 2020. – 288 с.
28. Ashcroft R. E. Bioethics: Philosophical Aspects/ R. E. Ashcroft// International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition). – 2015. – P. 631-636.
29. Dubos R.T. Louis Pasteur/ R.T. Dubos// Boston: Little, Brown. – 1950.
30. Garlinghouse T. Who was Carl Linnaeus?/ T. Garlinghouse// <https://www.livescience.com/carl-linnaeus.html>. – 2020.
31. Grigg R. Antony van Leeuwenhoek Discoverer of bacteria and refuter of spontaneous generation/ R. Grigg// <https://creation.com/leeuwenhoek>. – 2018.

32. Kandel E.R. In search of memory. The emergence of a new science of mind/ E.R. Kandel; [пер. с англ. П. Петрова]// М.: Изд-во АСТ: Corpus. – 2021. – 736 с.
33. Lacy R.C. Managing genetic diversity in captive populations of animals/ R.C. Lacy// Restoration of Endangered Species. – 1994. – P. 63 – 89.
34. Potter V. R. Global Bioethics: Building on the Leopold Legacy/ V. R. Potter // East Lansing, MI: Michigan State University Press. – 1988.
35. Savvina O.V. Ethical problems of cloning humans (SCNT)/ O.V. Savvina// Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. – 2015. – 115 – 119.
36. Sloan R. P. Religion, spirituality, and medicine/ R. P. Sloan, E. Bagiella, T. Powlell// The Lancet 1999. – № 353 (9153). – P. 1-7.
37. Thiele F. Bioethics/ F. Thiele// International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition). – 2015. – P. 613-618.
38. Thomas J. Where religious and secular ethics meet/ J. Thomas// Humane Health Care International. – 1996. – №12 (1).
39. Young T. Ecological restoration/ T. Young// Encyclopedia Britannica. – 2019.

References

1. Ageeva, N.A. (2012). Bioetika kak novoe sinteticheskoe napravlenie sovremennoj nauki [Bioethics as a new synthetic direction of modern Science]. Gumanitarnye i social'nye nauki [Humanities and social sciences], 6, 100 – 108. (In Russ.).
2. Asimov, I. (2008). I, Robot. Moscow: Eksmo. (In Russ.).
3. Anikeeva, E. N. (2016). On the Ontological Status of Divine Reality in Vedas and Upanisads. Electronic Scientific Edition Almanac Space and Time, 13(1). (In Russ.).
4. Bogolyubov, A.N. (1984). Robert Hooke (1635 – 1703). Moscow: Nauka [Science]. (In Russ.).
5. Bochamnikov, V.N. (2013). New look back on wilderness conservation. Astrahanskij vestnik ekologicheskogo obrazovaniya [Astrakhan Bulletin of Ecological Education], 1(23), 72 – 87. (In Russ.).
6. Vernadsky, V.I. (2010). ZHivoe veshchestvo i biosfera [Living matter and the biosphere]. Moscow. (In Russ.).
7. Vorontsova, Z.I. (2009). Filosofskie i sociokul'turnye problemy biogennykh tekhnologij [Philosophical and Sociocultural problems of biogenic technologies]. Novye tekhnologii [New technologies], 1 – 5. (In Russ.).
8. Gamova, V.Yu. (2004). Global'nye problemy i perspektivy razvitiya chelovechestva [Global problems and prospects of human development]. Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo im. V.B. Bobkova filiala Rossijskoj tamozhennoj akademii [Scientific notes of St. Petersburg V.B. Bobkov Branch of the Russian Customs Academy], 1(21), 194 – 198. (In Russ.).
9. Golovkin, B.N. (2004). Chronica Botanica. Hortus botanicus, 2 (2), 3.
10. Gordienko, E.N. & Paxomov, N.N. (2020). The mission of biology in the context of global problems. Vyshee obrazovanie segodnya [Higher education today], 9, 7 – 13. (In Russ.).
11. Zasukhina, V.N. (2012). Social'noe v bioetike [Social in bioethics]. Problema sootnosheniya estestvennogo i social'nogo v obshchestve i cheloveke [The problem of the correlation of natural and social in society and man], 3, 21 – 29. (In Russ.).
12. Kashapov, F.A. (2005). Filosofskie osnovaniya bioetiki [Philosophical foundations of bioethics]: Candidate of Philosophy thesis. Chelyabinsk. (In Russ.).
13. Kolosnitsyna, M.G. (2009). Izbytochnyj ves: skol'ko eto stoit i chto s etim delat'? [Overweight: how much does it cost and what to do about it?] Prikladnaya ekonometrika [Applied Econometrics], 1 – 27. (In Russ.).
14. Kostylev, E.N. (2006). Granichnoe biokul'turnoe nachalo v prirode cheloveka [Boundary biocultural origin in human nature]: Candidate of Philosophy thesis. Omsk. (In Russ.).
15. Kotulsky, I.V. (2010). Fenomen bioetiki i voprosy medicinskoj etiki [The phenomenon of bioethics and questions of medical ethics]. Ortopediya, travmatologiya i protezirovanie [Orthopedics, traumatology and prosthetics], 2, 101 – 106. (In Russ.).
16. Kurzanov, A.N. (2013). Eksperimentirovanie na zhivotnyh v ramkah obrazovatel'nogo processa v rakurse bioetiki [Experimentation on animals as part of the educational process from the perspective of bioethics]. Mezhdunarodnyj zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya [International Journal of Experimental Education], 4, 155 – 158. (In Russ.).

17. Liseev, I.K. (2011) *Filosofiya. Biologiya. Kul'tura (raboty raznyh let)* [Philosophy. Biology. Culture (works of different years)]. Moscow: IFRAN. (In Russ.).
18. Makeev, V.A. (2012). *Vozniknovenie novykh infekcionnykh zabolevanij – global'naya problema chelovechestva* [The emergence of new infectious diseases is a humanity global problem]. *Strategiya grazhdanskoj zashchity: problemy i issledovaniya* [Civil protection strategy: problems and research], 2, 2(3), 798 – 812. (In Russ.).
19. Miryasova, N. A. (2011). *O sootnoshenii sushchego i dolzhnogo v bioetike* [The relationship between what is and what should be in bioethics]. *Philosophical problems of biology and medicine. Issue 5: Normative and descriptive: collection of articles* [Filosofskie problemy biologii i mediciny. Vyp. 5: Normativnoe i deskriptivnoe: sbornik statej], 19 – 21. (In Russ.).
20. Mukhortov, D. I., Nureeva, T. V. & Ushnurtsev, A. V. (2014). *On elaboration of new technologies of artificial forest regeneration. Vestnik Povolzhskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta. Seriya: Les. Ekologiya. Prirodopol'zovanie* [Bulletin of the Volga State Technological University. Series: Forest. Ecology. Environmental management], 85 – 88. (In Russ.).
21. Polikarpova, V.A. (1992). *Sociokul'turnye aspekty gennoj inzhenerii cheloveka* [Sociocultural aspects of human genetic engineering]: Candidate of Philosophy thesis. Kharkiv. (In Russ.).
22. Rechitskaya, N.O. & Rechitsky, A.S. (2020). *Stanovlenie sistemy biologicheskikh znanij ot antichnosti do sovremennosti* [The formation of the system of biological knowledge from antiquity to the present]. *Innovacii. Nauka. Obrazovanie* [Innovation. Science. Education], 23, 1885 – 1892. (In Russ.).
23. Rybalkina, N.V., Syromyatnikov, V.Yu. & Popov, A.V. & Shenshin, L.M. (2019). *Methods of reforestation of medium-aged protective forest stands of different species composition. Scientific Research Journal*, 8 (86), 84 – 88. (In Russ.).
24. Savelyeva, A.V. (2013). *The role of global food problem in the modern world economy. Ekonomicheskij zhurnal VSHE* [HSE Economic Journal], 3, 524 – 539. (In Russ.).
25. Sokolov, YU.I. (2009). *Riski vysokih tekhnologij* [High-tech risks]. Moscow: Russian Research Institute on Civil Defense and Emergency Situations of the Ministry of Emergency Situations of Russia. (In Russ.).
26. SHatalkin, A.I. (2009). «*Filosofiya zoologii*» *Zhana Batista Lamarka: vzglyad iz XXI veka* [«Zoological philosophy» of Jean-Baptiste de Lamarck: sight from XXI century]. Moscow: KMK Scientific Press Ltd. (In Russ.).
27. Schrodinger, E. (2020). *What is life?* [translated from English by K. Egorova]. Moscow: ACT publishing house. (In Russ.).
28. Ashcroft, R. E. (2015). *Bioethics: Philosophical Aspects*. In: *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*.
29. Dubos, R.T. (1950). *Louis Pasteur*. Boston: Little, Brown.
30. Garlinghouse, T. (2020). *Who was Carl Linnaeus?* URL: <https://www.livescience.com/carl-linnaeus.html>.
31. Grigg, R. (2018). *Antony van Leeuwenhoek Discoverer of bacteria and refuter of spontaneous generation*. URL: <https://creation.com/leeuwenhoek>.
32. Kandel, E.R. (2021). *In search of memory. The emergence of a new science of mind* [translated from English by P. Petrova]. Moscow: ACT publishing house. (In Russ.).
33. Lacy, R.C. (1994). *Managing genetic diversity in captive populations of animals. Restoration of Endangered Species*, 63 – 89.
34. Potter, V. R. (1988). *Global Bioethics: Building on the Leopold Legacy*. East Lansing, MI: Michigan State University Press.
35. Savvina, O.V. (2015). *Ethical problems of cloning humans (SCNT)*. *RUDN Journal of Philosophy*, 2, 115 – 119.
36. Sloan, R.P. Bagiella, E. & Powell, T. (1999). *Religion, spirituality, and medicine. The Lancet*, 353 (9153), 1-7.
37. Thiele, F. (2015). *Bioethics*. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, 613-618.
38. Thomas, J. (1996). *Where religious and secular ethics meet. Humane Health Care International*, 12 (1).
39. Young, T. (2019). *Ecological restoration*. *Encyclopedia Britannica*.

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 769.91

DOI: 10.5281/zenodo.7378467

КОМПОЗИЦИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА

НЕМЧИНОВА Елена Евгеньевна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Доцент; e-mail: nemchinova.yelena@internet.ru

Аннотация. Целью данной работы было проведение исследования приемов построения товарных знаков. В статье были рассмотрены основные аспекты композиции комбинированных фирменных знаков. Отдельно рассмотрены композиционные особенности логотипов. Анализируются различные графические элементы построения знака, использования доминанты в логотипах и фирменных знаках, также выполнен анализ самых распространенных стилевых и композиционных приемов построения знака. Исследуется доминанта и ее местоположение в знаках, а также анализируются средства выделения доминанты в товарных знаках. Рассматриваются тематика и стиль, как ключевые понятия эстетической стратегии фирмы. Проанализировать построение композиции при разработке товарных знаков и роль доминанты являются целью данной статьи. Положения статьи имеют методическую ценность при выборе композиционных приемов в практике построения знака, а также исследования доминанты в товарных знаках в графическом дизайне. Актуальность исследования состоит в систематизации материала по теме, в методических приложениях: для постановки проектных задач, для оценки работ, для разработки учебного материала. В практической работе для применения композиционных приемов, в практике построения товарных знаков в графическом дизайне на сегодняшний момент.

Ключевые слова: товарный знак, знак обслуживания, фирменный знак, логотип, доминанта, стиль, графический дизайн, визуальные коммуникации.

Для цитирования: Немчинова Е.Е. Композиция товарного знака. // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 44-51.
DOI: 10.5281/zenodo.7378467

Статья поступила в редакцию: 22.05.2022.

Статья принята к публикации: 22.09.2022.

TRADEMARK COMPOSITION

Elena E. NEMTCHINOVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);

Docent; e-mail: nemchinova.yelena@internet.ru

Abstract. The purpose of this work was to conduct a study of techniques for constructing trademarks. The main aspects of the composition of combined trademarks were considered in the article. The compositional features of logos are considered separately. Various graphic elements of the construction of the sign, the use of the dominant in logos and brand names are analyzed, and the analysis of the most common stylistic and compositional techniques of the construction of the sign is also performed. The dominant and its location in the signs are investigated, as well as the means of distinguishing the dominant in trademarks are analyzed. The subject and style are considered as the key concepts of the aesthetic strategy of the company. To analyze the construction of the composition in the development of trademarks and the role of the dominant are the purpose of this article. The provisions of the article have methodological value in choosing compositional techniques in the practice of building a sign, as well as the study of the dominant in trademarks in graphic design. The relevance of the research consists in the systematization of the material on the topic, in methodological applications: for setting project tasks, for evaluating work, for developing educational material. In practical work for the application of compositional techniques in the practice of building trademarks in graphic design at the moment.

Keywords: trademark, service mark, brand name, logo, dominant, style, graphic design, visual communications.

For citation: Nemchinova E.E. (2022). Trademark composition. Service plus, 16(3), Pp. 44-51. DOI: 10.5281/zenodo.7378467 (In Russ.).

Submitted: 2022/05/22.

Accepted: 2022/09/22.

Введение

Мир меняется и графический дизайн вместе с ним. Новые визуальные средства коммуникации, новые тренды в графическом дизайне, развитие технических средств пользователей требует анализа сегодняшней ситуации, связанной с построением товарного знака в коммуникативном дизайне.

Разработка бренда корпораций и предприятий предполагает отражение их товаров и услуг в едином фирменном стиле и в частности в фирменном знаке (товарном знаке). Визуальная идентификация марки необходима для узнавания её на рынке, подтверждения подлинности. Сегодня изменилась форма подачи коммуникационных материалов, интерактивные коммуникации – сегодняшние тренды в графическом дизайне. Ребрендинг знаков связан с требованиями времени и происходил всегда. Знаки постепенно становятся более лаконичными, минималистичными и это предполагает более четкое композиционное решение знака.

Целью искусствоведческого исследования является проведение исследования приемов построения товарных знаков.

Методы

В работе использованы следующие методы исследования: метод анализа, синтез, библиографический метод. Проведено изучение разнообразных источников информации по теме статьи. Рассмотрены тенденции и специфика проектирования фирменного знака в графическом дизайне. Проведен анализ сегодняшних тенденций проектирования, связанных с новейшими технологиями в сфере компьютерной графики. Проанализированы построение композиции фирменных знаков и применение доминанты в графическом дизайне знаков.

Проведены исследования фирменного знака как инструмента создания и формирования коммуникативной визуальной среды. Применен метод сравнения, позволивший сделать заключение о тенденциях развития фирменного стиля. Применен метод синтеза, он помог получить общее представление о проектировании фирменного знака. Метод экстраполяции позволил распространить выводы, сделанные на частичных дан-

ных на предмет исследования в целом. Методы проведения исследования отличаются абстрактностью и обобщённостью. Они помогают систематизировать собранный материал для успешного его изучения.

Результаты

Дизайн развивается не сам по себе, а вместе с окружающим миром [4;5]. Постоянно появляются новые тренды в графическом дизайне [10]. Современные тенденции при создании фирменного стиля это, прежде всего, создание индивидуального, единого визуального решения всего бренда, единой визуальной системы, где цвет, стиль, типографика, иллюстрации, паттерны и другие визуальные элементы играют на идентификацию бренда. Важна вся система визуальной коммуникации бренда. Сегодня интернет – один из самых главных каналов коммуникации. Интернет и социальные сети сделали бренды открытыми своим потребителям. Потребитель сегодня интерактивно общается с брендом. Необходимо создание гибкого, цельного, возможно, трансформирующегося знака, не изменяя при этом его основную функцию – функцию идентификатора бренда. На уровне массовой коммуникации знак компании является синонимом ее бренда. Как воспринимается знак потребителем, во многом определяется его внешним видом.

Товарный знак (и знак обслуживания) – официально принятый термин, означающий зарегистрированное в установленной форме обозначение, призванное отличать товары (услуги) одних юридических лиц или физических лиц от других. Синонимами термина товарный знак являются – фирменный знак, фирменная марка, эмблема [3].

Изначально личные клейма средневековых ремесленников или мануфактур давали возможность отличать одни товары и услуги от однородных товаров и услуг других производителей, а первые товарные знаки появились в середине XIX века. Самые старые товарные знаки: Maxwell House (с 1873 г.), Kodak (с 1888 г.), Mercedes (с 1890 г.), Coca-Cola (с 1896 г.). Изначально в качестве товарных знаков часто использовали сюжетные композиции. Знаки напоминали сильно уменьшенные иллюстрации, в них было много

деталей. В силу традиции, сегодня нагруженные деталями знаки, употребляются в чайном и алкогольном производстве. А в целом сегодня знак минималистичен.

Тематика и стиль – ключевые понятия эстетической стратегии фирмы. Сочетание различных эстетических элементов рождает стиль, который отражает специфику фирмы, строит образ компании, является основой построения фирменного стиля. Манера исполнения знака должна быть единой, то есть должно присутствовать единое графическое решение. Знак должен привлекать внимание и нести положительные эмоции. Он должен чем-то цеплять человека, вызывать у него определенные эмоции. Знак должен донести до потребителя образ компании, специфику рода ее деятельности [2].

Стилистически все элементы знака должны подходить друг другу. Стиль играет основную роль в рамках эстетической концепции. К базовым визуальным элементам стиля относятся цвет, форма, линии, узор, текстура. Стилиевые решения и тематика являются центральными элементами образа компании. Единство образа признак эффективного решения знака. Новые визуальные средства коммуникации предполагают момент общения с потребителем, знаки становятся интерактивными, находятся в движении на экранах технических средств пользователей, это сегодняшняя специфика товарных знаков. Товарный знак – это визуальный образ торговой марки, призванный идентифицировать товар или фирму в сознании покупателя.

Товарный знак отражает характер бренда, он информативен. Композиционно представляет собой завершенный элемент. Чаще всего содержит доминанту. Знак интерактивен, хорошо масштабируется, работает и при переводе его в черно-белую гамму, не теряет своих информативных качеств (печать в 1 или 2 краски, факсовое сообщение, макет в газету или тиснение фольгой).

Построение знака связано с компоновкой, взаимодействием всех элементов знака между собой. Основные составляющие комбинированного фирменного знака – форма, цвет, текст (логотип) и слоган (не обязательно).

Логичность построения товарного знака просматривается при использовании модульной сетки, здесь проверяется направленность движения линий построения, соразмерность и пропорциональность частей, их сомасштабность, графическая пластика. При проектировании знака желательно постараться визуальным образом вписать его в какую-либо геометрическую фигуру (треугольник, квадрат, прямоугольник), чтобы проверить знак на цельность, чтобы он не «разваливался».

Если шрифт – единственный, элемент знака, то такой фирменный знак называется логотипом; наибольшую часть фирменных знаков составляют логотипы. При создании логотипа очень важно количество букв в названии фирмы. Дизайнер не занимается неймингом, но может предложить варианты, существенно сокращающие количество букв в названии, например, взять только первые буквы в словах. Хорошо, когда количество букв в названии фирмы не больше семи. Большее количество букв труднее скомпоновать в фирменном знаке.

Логотип – это набор текста выбранной гарнитурой шрифта. Используются декоративные (акцидентные) шрифты. Подбор шрифта должен отвечать характеру фирмы. Набирается текст либо прописными, либо строчными буквами. Изменение одной буквы в логотипе делает ее отличной от других, она становится доминантой знака. Изменить одну букву можно поменяв ее размер или цвет, использовать прописную букву рядом со строчными, применить букву другого шрифта. Чаще всего изменяют первую букву. При слиянии двух букв в одну, также образуется доминанта в логотипе. Штриховка, обводка буквы тоже ее выделяет среди других. Межбуквенные интервалы (трекинг) меняют восприятие логотипа, угол поворота букв, также увеличение или сдвиги вверх или вниз одной или двух соседних букв относительно базовой линии выделит их из общей массы, тем самым создадут доминанту в знаке. Буква, заключенная внутри какой-нибудь геометрической фигуры; в рамку, как правило, правильной формы будет доминировать. Чаще всего выделяют в логотипе первую букву, вторую, если количество букв в знаке небольшое и нечетное, то можно выделить центральную, при этом логотип должен быть сим-

метричным. Можно выделить предпоследнюю букву, делать акцент на последней букве логотипа не рекомендуется. Различные стилизации буквы в логотипах вплоть до превращения их в изобразительный элемент делает ее главной при восприятии знака. Доминантой может стать сочетание в шрифтовом элементе декоративной графики. Негативное пространство (контрформа) часто обыгрывается во внутрибуквенном просвете. Контраст используемых шрифтов (при использовании нескольких в одном знаке) часто применяют в логотипах, где выделяться будет тот шрифт, который лучше читается. Четкое компактное написание знака-логотипа ведет к целостности восприятия знака при минимальном количестве знаков. Статичность и устойчивость знака подчеркивается компактностью размещения букв логотипа четкой геометрией и чаще всего вертикальным строем самих букв. Логотип должен восприниматься единым блоком, для этого уменьшают трекинг между буквами. Цвет шрифта и фона должны быть контрастными, шрифт при этом легче читается и воспринимается. Сегодня часто используют черный цвет логотипа. Это придает значимость и силу названию фирмы. Черный ахроматический цвет и по силе воздействия уступит хроматическим цветам и не станет доминирующим, если в черном шрифте выделить цветом какой-либо элемент, этот элемент в логотипе и будет доминантой [9].

Использование леттеринга и каллиграфии в логотипах позволяет придумать что-то особенное, новое, уникальное, и создать доминанту путем оригинального написания элементов шрифта. При разработке айдентики для таких заведений, как кафе, рестораны и отели, данный тренд находится среди лидеров по популярности и эффективности [6]. Композиция может основываться на выделении фонового элемента под конкретной буквой или части букв знака в виде линий, пятен, различных графических техник, обводку части букв или всего слова.

Во второй половине 19 века основатель семиотики Чарльз Пирс создал свою классификацию знаков. Эта классификация и сегодня считается общепризнанной и наиболее полной, ее используют при создании фирменных знаков. Пирс пред-

ложил разделить все знаки на три базовых типа знаков: знаки-иконки; знаки-индексы; знаки-символы. Первый тип знаки-иконки называют еще и иконическими знаками, знаками-изображениями, иногда знаками-копиями. Второй тип знаки-индексы именуют индексальные знаки, или знаки-признаки. Третий тип знаки-символы по-другому называются символическими знаками или условными, конвенциональными знаками.

Иконические знаки представляют собой реалистичные или стилизованные изображения людей, предметов, животных, различные узнаваемые фигуры и линии, орнаменты или совмещение вышеуказанных элементов.

Знаки-индексы – это различные абстрактные изображения, вызывающие определенные ассоциации и образы. Изображение и шрифт должны иметь в знаке один характер, четко согласовываться по стилю. При этом изображение по отношению к шрифту всегда будет иметь доминирующий характер.

Начинать техническую работу над знаком, прежде всего, надо с поиска образа и графического языка. Образ обязан поддерживать идею бизнеса заказчика проекта. Большое значение при создании бренда фирмы придают символике. Удачно выбранные символы ярко демонстрируют фирму, легко запоминаются, являются опознавательным знаком фирмы. Символика является неотъемлемой частью фирменного знака, влияет на чувственное восприятие, вызывает определенные представления, связанные с продукцией фирмы, отражает образ, специфику, характеризует фирму. Успешны те компании, которые создали себе запоминающийся образ.

Композиция знака должна быть гармоничной, и сегодня, как правило, достаточно лаконичной. Форма самого знака; пропорциональность, симметрия и асимметрия, параметры и размер частей учитываются при проектировании знака. Симметричность придает формам торжественность, порядок, покой, основательность, асимметрия динамику. Иногда небольшая асимметрия является удачным решением. При помощи игры с размерами линий и пятен элементов знака можно добиться контрастности. Изящность знаку прида-

ют тонкие линии рисунка и шрифта. Наличие острых углов характеризует знаки с мужским началом, где характерны – динамика, напор, движение, острота, в отличие от женских закругленных форм знака, где присутствует изящество и тонкость. Простые геометрические формы, такие как круг и квадрат, намного быстрее воспринимаются и лучше запоминаются, чем сложные, неправильные. Часто при разработке знака используются несколько геометрических форм. Формы линий в знаке должны соответствовать линиям основного и дополнительного штрихов в логотипе. Горизонтальные и вертикальные линии чаще всего вызывают ассоциации со спокойствием и ясностью, а изогнутые – изяществом и непринужденностью. Сегодня актуально стремление к минимализму, упрощение формы. Эйри Дэвид в своей книге «Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера» писал, что простота облегчает узнавание логотипа, тем самым повышая его шансы на долговечность, независимость от веяний времени [11].

Flat- дизайн (плоский дизайн) в знаке – это четкие, простые и аккуратные графические композиции, вызывающие у зрителя ощущение удобства, простоты и понятности. Сегодня используют в построении знака разнообразные текстуры, градиенты и узоры, иногда сложный рисунок, несмотря на общую тенденцию к упрощению и популярность простых и лаконичных трендов. Знаки Line art представляют собой графическую или тексто-графическую композицию, полностью или частично созданную при помощи непрерывной линии. Трафаретная типографика также используется при проектировании знаков. Знаки могут создаваться при помощи такого графического приема, как микролинии (MicroLines), а также с помощью еще одного графического приема – «форма пасты» («Pasta Bends»). Линия в знаке, то сужаясь, то расширяясь, создает интересный эффект. Использование в знаке негативного пространства (Negative space) хорошо запоминается, так как содержит в себе некий графический ребус.

Дж. Т. Дрю, С.А. Мейер в книге «Управление цветом в логотипах» писали: «Правило номер один: видимость с любого расстояния. После того как марка полностью разработана, распечатайте лого в уменьшенном виде, все анатомические части марки должны четко просматриваться в

размере полдюйма. Если марку можно уменьшить до размера полдюйма и даже меньше, ее анатомия будет видна с любого расстояния» [1, с. 198].

Специфика средств выражения доминанты товарных знаков связана с требованиями эффективной коммуникации. Использование доминанты в знаке сделает его более цельным, определит фиксацию взгляда потребителя, поможет более четко и ясно восприятию знака. Доминанта – это композиционный центр, это выделение главного смыслового центра и структурного графического центра в объекте. Смысловой центр – это точка отсчета, основное, главное. С доминанты начинается восприятие графического объекта, при этом ее воспринимают эмоционально, не задумываясь, не анализируя, с первого взгляда она привлекает к себе внимание. Смысловой центр в знаке должен совпадать со зрительным центром. Доминанта с помощью цвета, выделения с помощью фактуры, формы и т.п. связывает все элементы знака, тем самым обеспечивается один из главных признаков композиции – цельность и единство. Доминанта располагается ближе к геометрическому центру знака, в активных точках. Композиционный центр может не совпадать с геометрическим центром. Доминантой также в знаке будет сгущение элементов в одном месте и расфокусирование в других, увеличение или уменьшение в размерах одного из элементов в композиции. Негативное пространство также обыгрывается в доминанту. Возможны и два композиционных центра, но один из них должен быть основным (доминанта), а другой дополнительным (субдоминанта). Самой главной доминантой в фирменном знаке является визуальный интерес. Если в знаке присутствует человек, то он будет доминантой знака. Лицо доминирует над телом и самое выразительное в лице – это глаза. Животные также будут визуальным интересом в знаке и соответственно, будут являться доминантой. Изобразительный элемент более привлекает внимание, чем абстракция и перетянет на себя все внимание. Если говорить о фирменном блоке, то доминантой его будет фирменный знак – изобразительный элемент. Уникальный графический элемент – фирменный знак перетянет на себя все внимание и автоматически станет доминантой.

Знак-индекс – это, по сути, формальная композиция. Знак абстрактен, не вызывает предметных ассоциаций. При проектировании знака индекса используются простейшие геометрические формы: – круг, квадрат, треугольник, и т. д. – на основе базовой структурной схемы. Изображение, полученное из простых геометрических форм, может быть массивным или изящным, замкнутым или открытым, статичным или динамичным, но при этом все части композиции объединяются в единое целое. Сходство подобных элементов по форме, текстуре, размеру, а также расположение их близко по отношению друг к другу объединяет элементы товарного знака в единую форму. Рудер писал: «В противопоставлении противоположностей следует сохранить общие впечатления цельности. Излишне резкий контраст, как, например светлого и темного, либо большого и маленького, может дать одному из элементов такой перевес, что его равновесие с антиподом нарушается, или утрачивается вовсе [7, с. 132]. Абстрактные геометрические формы необходимо структурировать и выделить композиционно значимые элементы. Должна прослеживаться четкая система построения знака, соразмерность и пропорциональность всех частей. Наличие доминанты придает знаку индивидуальность и визуальную активность. Выделять отдельные фрагменты как более активные можно с помощью цвета, формы. В знаке важно отсутствие перегруженности. С точки зрения восприятия лаконичный знак более эстетичен, быстрее воспринимается, легче запоминается, абстрактный знак не рассказывает, он намекает, требует работы мысли, образного мышления. Такая композиция – сигнал, призыв к действию.

Цвет знака напрямую связан с образом фирмы, ассоциируется со сферой ее деятельности, работает на имидж компании. Цвет знака визуально откладывается в памяти потребителя, быстро запоминается. Чем строже и элитарнее фирма, ее продукция или услуги, тем меньше цветов в ее фирменном знаке. Основными фирменными цветами считаются те цвета, которые используются в самом знаке. Цветовая гамма должна соответствовать характеру фирмы, роду ее деятельности [8]. Лучше использовать нечетное количество цветов в фирменном знаке, от одного до семи максимум. Многоцветные знаки плохо

запоминаются. При создании такого знака труднее удержать общее цветовое решение. При наличии в знаке обилия цветов сложно добиться чувства гармонии и равновесия. В хорошем знаке количество цветов обычно не превышает одного, двух, при этом важно гармоничное соотношение цветов между собой. Самым активным, видимым цветом можно выделить наиболее значимый элемент знака, т.е. может быть выделена доминанта знака. Цвет должен подчеркивать индивидуальность фирмы, выделять ее из других.

Слоган (фирменный лозунг) – идейное звено фирмы, заключает в себе основной смысл деятельности фирмы. Эта рекламная константа лаконична и значима. Оригинальный девиз подчеркивает специфику и особенности концепции фирмы. Слоган содержит основные принципы деятельности фирмы, ее кредо, например, Nike: “Justdo it!”, Philips: «Изменим жизнь к лучшему!»

При создании слогана учитывают особенности той аудитории и клиентуры, на которую он направлен. Обычно он располагается внизу под логотипом и входит в единый фирменный блок. Но в единой системе «фирменный знак, логотип, слоган» он не будет являться доминантой.

Заключение

В данной статье были затронуты композиционные вопросы построения товарных знаков, связанные с их содержанием, характером и назначением. Выполнен анализ самых распространенных композиционных приемов построения знака, определены варианты использования доминанты в логотипах и фирменных знаках. Исследована роль доминанты, ее местоположение в знаках, а также перечислены средства выделения доминанты. Были рассмотрены тематика и стиль, как ключевые моменты эстетической стратегии фирмы.

В данной статье были проанализированы актуальные композиционные приемы построения товарных знаков для практики современного графического дизайна. Исследованы вопросы применения законов композиции при построении товарных знаков в графическом дизайне.

Положения статьи имеют методическую ценность для применения композиционных приемов в практике построения знака, и в частности доминанты в товарных знаках.

Список источников

1. Дрю Д.Т., Мейер С.А. Управление цветом в логотипах. Подробный справочник графического дизайнера. М., РИП – Холдинг, 2007. 222с.
2. Крашенинников В. Н. Товарные знаки. Теория и практика проектирования Луганск., Луганск, 2008. 35с.
3. Коник Н.В., Малуев П.А., Пешкова Т.А. Товарные знаки и бренды. М. //журнал "Управление персоналом". 2006.
4. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии). М., Index Market, 2011. 416с.
5. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? М., АСТ:Астрель, 2008. 255 с.
6. Проненкот Л. Каллиграфия для всех. М., Книга, 1990. 248с.
7. Рудер Э. Типографика. М., Аронов 2017. 286с.
8. Стоун Т., Адамс С., Мориока Н. Дизайн цвета. Практикум. Практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне. М., Рип – Холдинг, 2006. 120с.
9. Тимоти С. Типографика цвета. Практикум. Как выбрать шрифт. М., Рип –Холдинг, 2006. 256с.
10. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. М., Астрель, АСТ, 2006. 256 с.
11. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. 2-е изд. СПб., Питер, 2016. 224с.

References

1. Drew D.T., Meyer S.A. Upravlenie цветом v logotipah. Podrobnij spravochnik graficheskogo dizajnera [Color management in logos. Detailed handbook of graphic designer]. M., RIP – Holding, 2007. (In Russ.).
2. Krasheninnikov V. N. Tovarnye znaki. Teoriya i praktika proektirovaniya. [Theory and practice of designing]. Lugansk., Lugansk, 2008. (In Russ.).
3. Konik N.V., Maluyev P.A., Peshkova T.A. Tovarnye znaki i brendy. [Trademarks and brands]. Personnel Management [Personnel Management]. 2006. (In Russ.).
4. Lesnyak V. Graficheskij dizajn (osnovy professii). [Graphic design (fundamentals of the profession)]. M., Index Market, 2011. (In Russ.).
5. Newark K. CHto takoe graficheskij dizajn? [What is graphic design?]. M., AST:Astrel, 2008. (In Russ.).
6. Pronenkot L. Kalligrafiya dlya vsekh. [Calligraphy for everyone]. M., Book, 1990. (In Russ.).
7. Ruder E. Tipografika. [Typography]. M., Aronov 2017. (In Russ.).
8. Stone T., Adams S., Morioka N. Dizajn cveta. Praktikum. Prakticheskoe rukovodstvo po primeneniyu cveta v graficheskom dizajne. [Color design. The workshop. Practical guide to the use of color in graphic design]. M., Rip – Holding, 2006. (In Russ.).
9. Timothy S. Tipografika cveta. Praktikum. Kak vybrat' shrift. [Color typography. The workshop. How to choose a font]. M., Rip –Holding, 2006. (In Russ.).
10. Tuemlow E. Graficheskij dizajn: firmennyj stil', novejshie tekhnologii i kreativnye idei. [Graphic design: corporate identity, the latest technologies and creative ideas]. M., Astrel, AST, 2006. (In Russ.).
11. Airy D. Logotip i firmennyj stil'. Rukovodstvo dizajnera. [Logo and corporate identity. Designer's Guide. 2nd ed.]. St. Petersburg, St. Petersburg, 2016. (In Russ.).

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 372.881.1

DOI: 10.5281/zenodo.7378512

THE USE OF AUTHENTIC AUDIO AND VIDEO MATERIALS IN TEACHING STUDENTS OF A NON-LINGUISTIC UNIVERSITY

Marina V. RYBAK

Russian State University of tourism and service, (Moscow, Russia);

Senior Lecturer; e-mail: soyez_le_bienvenu@mail.ru

Tatiana V. KRYLOVA

Russian State University of tourism and service, (Moscow, Russia);

Lecturer; e-mail: littlehowlet@gmail.com

Abstract: The article is devoted to teaching a foreign language to students of non-linguistic universities, in particular, the use of authentic material in the learning process as a part of the curriculum. The relevance of the study lies in the fact that one of the main difficulties for many students of non-linguistic universities in the process of learning a foreign language is the language barrier, and the use of modern technologies and authentic audio and video materials in foreign language classes allows the teacher to make classes rich, interesting, informative and contribute to the removal of the psychological barrier. The effectiveness of using this material consists in individualization and motivation to learn. Authentic audio and video materials are a sample of speech and language, special and general cultural vocabulary, which contribute to a more accelerated and effective assimilation of the material by students in foreign language classes. Possession of professional authentic terminology, maintenance of the communication process on professional topics, the ability to understand texts on the chosen specialty, knowledge of the values and qualities of representatives of a foreign-speaking society is part of the professional competence of the future specialist. Therefore, this article is aimed at using authentic audio and video materials in the study of authentic terminology of students of non-linguistic universities.

Keywords: teaching a foreign language, authentic audio and video material, language barrier.

For citation: Rybak M.V., Krylova T.V. (2022). The use of authentic audio and video materials in teaching students of a non-linguistic university. *Service plus*, 16(3), Pp. 52-59. DOI: 10.5281/zenodo.7378512

Submitted: 2022/08/01.

Accepted: 2022/09/30.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНОГО АУДИО- И ВИДЕОМАТЕРИАЛА В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА

РЫБАК Марина Викторовна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ)

Старший преподаватель; e-mail: soyez_le_bienvenu@mail.ru

КРЫЛОВА Татьяна Вадимовна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ)

Преподаватель; e-mail: littlehowlet@gmail.com

Аннотация: Статья посвящена преподаванию иностранного языка студентам неязыковых ВУЗов, в частности, использованию аутентичного материала в процессе обучения в рамках учебной программы. Актуальность исследования заключается в том, что одной из главных трудностей у многих студентов неязыковых ВУЗов в процессе обучения иностранному языку является языковой барьер, а использование современных технологий и аутентичного аудио- и видеоматериала на занятиях иностранных языков позволяет преподавателю сделать занятия насыщенными, интересными, информативными и способствуют снятию психологического барьера. Эффективность использования данного материала состоит в индивидуализации и мотивации к обучению. Аутентичные аудио- и видеоматериалы представляют собой образец речи и языка, специальную и общекультурную лексику, которые способствуют более ускоренному и эффективному усвоению материала студентами на занятиях иностранного языка. Владение профессиональной аутентичной терминологией, поддержание коммуникативного процесса на профессиональные темы, умение понимать тексты по выбранной специальности, знание ценностей и качеств представителей иноязычного общества входит в профессиональную компетенцию будущего специалиста. Следовательно, данная статья направлена на использование аутентичного аудио- и видеоматериала в изучении аутентичной терминологии студентов неязыковых ВУЗов.

Ключевые слова: преподавание иностранного языка, аутентичный аудио-и видеоматериал, языковой барьер.

Для цитирования: Рыбак М.В., Крылова Т.В. Использование аутентичного аудио- и видеоматериала в обучении студентов неязыкового вуза. // Сервис plus. 2022. Т.16 №3. С. 52-59. DOI: 10.5281/zenodo.7378512

Статья поступила в редакцию: 01.08.2022.

Статья принята к публикации: 30.09.2022.

Through language, you can express any thought using different linguistic means. The most important component of teaching a foreign language is the educational program at universities. When teaching a foreign language, different methods and means are used, where one of the most common means can be called the use of video materials.

The concept of "authenticity" has entered the methodology of teaching a foreign language with the spread of a communicative approach in order to bring the learning process as close as possible to natural communication. Exploring the ways and methods of effective teaching of foreign languages, pedagogy has gone a long and winding way, based on the achievements of technological progress, logic, semiotics and psychology.

The video allows you to teach foreign language communication taking into account various sociolinguistic factors presented with the help of visual information and largely determining the nature of speech utterances of communicants, namely: their social status, the nature of relationships, spatial and temporal conditions of communication, etc.

Based on this fact, a new stage in the history of teaching has become the use of authentic audiovisual forms of learning that combine visual and auditory perceptual components.

Communicative training plays an important role in teaching a foreign language. Students need to get an idea of the life and traditions of the studied language. To solve this problem, the Internet is involved. It should be noted that one of the main difficulties for many students is the language barrier, in particular, the psychological characteristics are affected, but modern technologies allow the teacher to make classes richer, more interesting and informative.

At the present stage of education, the requirements for the level of training of specialists are increasing, because the possession of professional authentic terminology is gaining more and more relevance in the modern world compared to specialists who simply speak a foreign language. Graduates of non-linguistic universities need not only to know their subject well, but also to know the stylistic and theoretical aspects of the language of their orientation in order to carry out their professional activities qualitatively.

Possession of professional authentic terminology, maintenance of the communicative process on

professional topics, the ability to understand texts on the chosen specialty, knowledge of the values and qualities of representatives of a foreign-speaking society is part of the professional competence of a future specialist. Therefore, this article is devoted not only to the study of the use of authentic audio and video materials in teaching students of a non-linguistic university, but also aims to introduce additional material in the study of authentic terminology of students of non-linguistic universities.

The above aspects determine the relevance of the chosen topic. The purpose of this article is to study and effectively assimilate professional vocabulary within the framework of the curriculum using authentic audio and video materials in training.

So, for example, Galskova N.D., Gez N.I. write about the psychological characteristic of listening, which lies in the fact that it is a complex, receptive mental-mnemonic activity associated with the perception and active performance of processing information of oral speech communication. This form of oral communication is not yet sufficiently developed, which can be explained by the following factors.

Firstly, listening is considered to be a secondary product of oral speech, because it is used sporadically in the classroom and in situations that are far from authentic. The authentic situation is a "real context of a foreign culture", respectively, with materials that are compiled by native speakers for native speakers. [3, p. 161]. Secondly, sometimes not all teachers are aware of the psychological and linguistic difficulties of listening.

It should be noted that there is contact and remote listening. Contact listening is the main part of oral interactive communication, and remote listening is an independent form of communication (for example: radio, television, etc.).

Studies by Russian and foreign psychologists show that the listener (a student) relies on his/her own experience and developed psychological mechanisms when listening. "Taking information of the phonological (lower) level, he must recode it into units of the conceptual (high) level, using various supports of perception, including the prompting function of situations ..." [14, p. 191].

The audiovisual method is also one of the valuable teaching tools, because when watching a film, a student understands how a foreign language is used in real life. The visual series shows the linguistic

and paralinguistic aspects of the behavior of native speakers in a real life. This method performs a cognitive function, helping students to get acquainted with the history of the country and culture. Thus, this process is personal and complex, because it depends on such factors as: the development of speech hearing and memory, the ability to predict, the presence of attention and interest. [6, p. 38].

Kraevsky V.V., Khutorskoy A.V. stated that a phrase, when perceived by ear, is understood as a result of recognition of informative signs, and intonation is considered to be the most informative sign. Intonation includes "perceived qualities" that can be divided into speech, syntactic blocks, so the student will be able to understand the connection of parts of the phrase and the content. In the communicative aspect of the utterance, intonation is the main structural feature that distinguishes the communicative types of sentences, namely: narration, question, exclamation, prompting. Logical stress and division of the phrase into syntagmas are included in the logical and syntactic plan of the sentence. The understanding of the subtext is facilitated by an emotional assessment, which is also expressed by intonation. Thus, intonation hearing produces indicator signs that are necessary for a short-term memory. [9, p. 191].

Listening is a complex process of searching and selecting informative features, which depends on the presence of associative connections in the listener. It is clear that the perception of speech in the native language is easy, but foreign speech forces the listener to work, not only with a productive vocabulary, but also to use the receptive skills that we acquire when reading. Because the visual image of the word does not always coincide with the auditory image.

Authentic video materials, according to Fedorova M.A., solve important tasks of training, education and upbringing in the classroom. Students have the opportunity to hear authentic speech of native speakers, which creates the effect of live communication. This is an important fact for our country, because some of the students do not have the opportunity to travel abroad to practice. [15].

An important fact of using video materials in the classroom is the individualization of learning and motivation to learn. Video recordings include special vocabulary (in our case, professional terminology), which contributes to the study of pronunciation, memorization of lexical units in certain communication situations. Thus, video materials create favorable

conditions for the formation of both communicative and socio-cultural competence.

Learning a foreign language in a high school is aimed at developing both communicative skills and lexical, grammatical, phonetic and graphic skills. These aspects of speech activity will not be formed without full mastery of vocabulary in the classroom. Thus, the selection of lexical units and the systematization of the selected material during listening is one of the main components.

According to research, out of thousands of word-formation and syntactic models, only about 200-300 are used in real life. [11]. Sets of certain grammatical models used by native speakers make up the lexical minimum which is necessary for learning. The basis of the lexical minimum is the language material. One of the most important and difficult problems, on the solution of which the success of students' education largely depends, is the selection of language material.

The selection of language material is the choice of lexical units, grammatical forms and structures, rules of their use, phonetic and country-specific material in accordance with the stage and profile of training. The problem of language material selection is reflected in the works of such scientists as: Minyar-Beloruhev R.K., Piotrovsky R.G., Rahman S.E., Vishnyakova N.G., Demyanova O.P., Varabanova G.V., Vader E.I., etc. Babinskaya P.K. identifies several approaches to the selection of language material, namely: empirical, pragmatic, methodological and linguistic. [2]. Let's consider the first of the approaches - the empirical approach is the personal experience of a teacher, a methodologist or the author of a textbook, which allows you to correctly determine the lexical minimum only at the initial stage of training. The requirements of communication in a foreign language are revealed in a pragmatic approach. The methodological approach focuses on learning goals, and the linguistic approach includes semantic, grammatical and stylistic criteria.

Thus, Babinskaya P.K. believes that the criteria for the selection of the lexical minimum are the rules for the selection of language material. The linguistic approach includes several criteria for the selection of language material.

The criterion of word compatibility – the expansion of the lexical basis occurs by the ability of the word to combine with other words. The criterion of ambiguity – identifies units that denote several objects or phenomena of reality. The criterion of se-

mantic value is the selection of the most important concepts. The criterion of stylistic neutrality is the exclusion of the use of dialectisms, slang, archaisms, etc. The criterion of word-formation value is aimed at including words that give a large number of derived lexical units. The criterion of formation ability implies the inclusion of prepositions, articles, conjunctions, auxiliary and modal verbs. [2].

Minyar-Beloruhev R.K. wrote that the criteria for selecting language material in a pragmatic approach are:

- the frequency criterion is the frequency of use of a lexical unit in communication, but only the first few hundred words can be distinguished this way, because then the frequency becomes the same;
- the thematic criterion is the definition of topics for the selection of language material, the choice of topic depends on the learning objectives, thus, the thematic criterion complements the criterion of frequency;
- the criterion of useability is semantic and word-formation value, stylistic neutrality, compatibility, formation ability, ambiguity;
- the criterion for describing concepts is the selection of words, assuming a description of the meaning of the word (synonyms);
- the criterion for excluding synonyms is the choice of the most stylistically neutral word from a number of synonyms; the criterion of transparency is the exclusion of phenomena that are understandable by context. [12].

It's suggested to consider the frequency criterion, which is the frequency of the use of lexical units in communication. The thematic criterion refers to the selection of words of a certain subject. The criterion of functionality of lexical units is understood as a set of: compatibility, semantic value, stylistic neutrality, formation ability, word-formation value and ambiguity.

Gasparov B.M. highlights the following provisions for consideration in the selection of language units: a clear allocation and determination of the number of lexical units necessary for assimilation in the learning process; systematization of the lexical minimum that will meet discipline and educational standards; low level of school preparation, not high motivation and monotony of the educational process; increased motivation for language learning in higher education can to promote personality-oriented tasks

and materials that are related to the main field of activity of students. [6].

For example, N.D. Galskova and N.I. Gez distinguish 3 groups for the selection of the lexical minimum, namely: linguistic, statistical and methodological. The linguistic group includes: the principle of semantic value; the principle of compatibility; the principle of word-formation value; the principle of stylistic limitlessness; the principle of polysemy of words; the principle of formation ability; the principle of frequency. The statistical group includes the use of the word, which includes frequency and prevalence as two equivalent components of one indicator. The methodological group is focused on the type of educational institution, goals, standards, content and training programs. [3].

It is important that in addition to the commonly used vocabulary when fulfilling the requirements of the FSES (Federal State Education Standards) program, it is necessary to define a terminological minimum that provides understanding when viewing authentic video material. According to Anisimova A.G., the core of the terminological system should be created by lexical units based on the independent semantics of unknown terms from already known bases. [1].

Anisimova A.G. argues that when viewing authentic materials, students have difficulties with the abundance of new vocabulary and with structural difficulties. Therefore, when selecting a lexical minimum, it is also necessary to determine the syntactic and grammatical minimum, where the most general principles of selection are: functionality, communication, consistency.

To motivate students, the teacher can develop textbooks, manuals, exercises aimed at studying certain terminology. In the collection of exercises, fundamental sections and important concepts can be highlighted. Thus, the tasks of the teacher will include identifying and familiarizing students with these concepts and terms.

Consequently, according to Minyar-Beloruhev R.K., the formation of systemic knowledge through the establishment of interdisciplinary connections is a key concept in the field of higher education. The main criteria in the process of selecting lexical units are: the frequency criterion and the thematic criterion. [12]. Auxiliary criteria are the criterion of the functionality of lexical units. Thus, when selecting a lexical

minimum for university students, it is necessary to first determine the main criteria for selecting lexical material.

Thus, as a result of the selection of language material, basic vocabulary is compiled for different stages and profiles of learning. It is known that the main purpose of teaching a foreign language in higher education is the development of skills and abilities that are necessary for the professional activities of future specialists. Therefore, when teaching students in the fields of "Tourism", "Hotel business", "Management", "Jurisprudence", it is necessary to highlight the needs of this category of specialists. To do this, you need to establish typical situations necessary for using a foreign language.

Gasparov B.M. believes that when selecting lexical material, it is necessary to take into account the structure of the construction of this field of activity, the classification of its sections and their relationship.

It should be noted that when selecting lexical material of any direction, it is necessary to take into account the specifics of the audience and rely on the analysis of lists of criteria. Lexical units for the compilation of the lexical minimum of students of the field of training "Tourism", "Hotel business", "Management", "Jurisprudence" include:

- 1) frequency criterion,
- 2) thematic criterion,
- 3) the criterion of the functionality of lexical units.

Thus, the increase in the lexical minimum is an individual phenomenon, but it is important to take into account the definition of the main criteria for the selection of lexical material for students of non-linguistic universities.

An important fact of using video materials in the classroom is the individualization of learning and motivation to learn. Video recordings include special vocabulary (in our case, terminology for a non-linguistic universities), which contributes to the study of pronunciation, memorization of lexical units in certain communication situations. Thus, video materials create favorable conditions for the formation of both communicative and socio-cultural competence.

The success of students' listening depends on their need and desire to learn something new, the presence of interest in the subject or the topic; all these are subjective factors that form the attitude to cognitive and educational activities. The question arises: what will help direct students' attention to the

perception of new material? These include: the organization of the educational process, the logic of presentation, reliance on previous language experience and reliance on visual clarity.

The success of perception and understanding of foreign speech by ear is influenced by some factors, for example, the pace of speech messages, which includes the speed and accuracy of perception, as well as the effectiveness of memorizing information. It should be noted that the rate of speech consists of two values, namely the number of syllables per minute and speech pauses.

For example, Fedorova M.A. believes that the pace of speech messages also depends on the importance and novelty of information, since important information is reported slower and secondary information is faster. The pace of speech directly depends on the complexity of the topic and the language norm. The study of the tempo of speech is a complex process, because it is associated with rhythm, stress and pauses. Pauses of breathing are a permanent category in a certain language society. In addition to breathing pauses, it is customary to distinguish syntactic and non-syntactic pauses. A distinctive feature of oral speech is hesitation pauses (non-syntactic). These pauses are associated with the speaker's emotion to the communicated information, with self-correction, with the restructuring of syntactic groups, etc. [15].

The success of watching authentic videos and listening lies in the guidelines used by students, in the tips and supports provided to them. These landmarks, supports and hints vary depending on the speech experience and the communication situation. Contact speech (watching an authentic video) takes place in a certain communication situation, increasing the breadth of associative connections. Because this communication provides students with a huge number of landmarks and supports, namely: facial expressions, gestures, intonation, colloquial formulas, repetitions, synonymous expression of the same speech.

Authentic video materials provide a sample of speech and language, special and commonly used vocabulary. Pichugova I.L. believes that the atmosphere of joint viewing, i.e. joint cognitive activity, has an impact on the amount of memorization of information in long-term memory. When a student realizes that he understands a foreign language, his motivation to learn the language increases. [14]. Thus, watching videos expands the scope of education and

increases the practical significance. When watching authentic videos, students' intellectual and creative abilities also develop.

The structural features of the text are divided into external and internal, which include the introductory part, the main communicative part and the final part. [10]. The definition of the difficulty of the text is consistent with the transmission of the main idea, with the form of presentation, namely auditory and audiovisual. Leontiev A.A. distinguishes texts into three groups, which differ in certain degrees of complexity, for example: simple texts are semi-authentic texts, popular science and art style, which include a simple narrative; texts of medium difficulty are a genre of conversation in which authentic or semi-authentic texts are transmitted; difficult texts are authentic texts (interview, reportage, conversation, description). [10, p. 95-100].

As already mentioned, factors and conditions determine the peculiarities of oral communication at all levels of the language, as well as the complexity of perceiving information by ear. In this paper, we are interested in the lexical difficulties encountered by students when viewing authentic video material. To increase the vocabulary and its diversity, the figurative meaning of words and their use, string words (without informative load), phraseological turns, amorphous (unmotivated) words are added. When watching a video with such material, it is necessary to keep in mind the situation and context, because the word that was learned earlier will be heard instead of the desired word in a certain context.

According to I.L. Pechurova, the objectives of listening training include: perception of the interlocutor's foreign speech in different communication situations; understanding authentic texts with varying degrees of complexity and understanding their content. [7]. Students of language universities are faced with more complex tasks, in particular: to master the full ability of listening with an understanding of the text of a television and radio program, the perception of films of a cognitive, regional, journalistic nature, reports, interviews, etc.

The system of exercises aimed at teaching listening has the following tasks: the ratio of exercises to the psychological and linguistic nature of messages; the relationship of listening with other types of speech, for example, with speaking; the successful

implementation of the practical goal. In the Russian methodology, the following subsystems of exercises are distinguished: training and speech, or preparatory and communicative. Training exercises are aimed at the technical side, at removing psychological and linguistic difficulties of text perception, at developing the ability to understand both text and microtext. Speech exercises are aimed at developing the perception of speech messages in authentic conditions, without supports and prompts.

Pavlova E.A. notes that the use of video recordings in the classroom is justified, because teachers are able to hold the attention of students and influence the audience. Information that is provided in a visual form is more accessible to perception and is absorbed faster and easier. When viewing, speakers, facial expressions, gestures are visible, emotions are felt, information about the place, appearance, non-verbal behavior of carriers in certain communication situations is transmitted. In this way, students can see and feel the text more deeply, as well as interpret it. [8]. As a result, one of the educational tasks is being implemented and it is vocabulary expansion.

Summing up all of the said above, we can conclude that the use of authentic video in foreign language classes is an integral part of the training in higher education of students in the areas of training "Management", "Tourism", "Hotel business". Students will have a broader outlook. Memorizing unfamiliar vocabulary and mastering special terminology will be more productive.

Consequently, the ability to correctly perceive what has been listened to leads to an understanding of the internal logical relationships of the text. [5]. A student who speaks a foreign language at the level of a native speaker is able to compare the content, language form and communication situation, namely, he can separate objective information from subjective.

Thus, as a result of the analysis of the feasibility of using authentic video materials in foreign language classes, we can conclude that the effectiveness consists in individualization of learning and motivation to learn. Authentic audio and video materials are a sample of speech and language, special and general cultural vocabulary, which contribute to a more accelerated and effective assimilation of the material by students in foreign language classes.

References

1. Amirova M. V. The process of teaching a foreign language, cloud technologies, optimization of the process of teaching a foreign language / M. V. Amirova, Yu. V. Gusarova, E.A. Nelyubina, Ya. V. Sadchikova // NEB.- 2015.- p.54-58.
2. Baidenko V.I. Competencies in professional education / V.I. Baidenko.2004.-72p.
3. Galskova N. D. Theory of teaching foreign languages: linguodidactics and methodology: a textbook for students. lingv. un-tov and fac. in. yaz. higher. ped. studies. Institutions / N.D. Galskova, N. I. Gez. – 5th ed., stereotype. – M.: Academy, 2008. – 336 p.
4. Galskova N.D. Modern methodology of teaching foreign languages M: Glossa, 2000.
5. Gorozhanov A. I. Information and communication technologies in the practice of teaching a foreign language: an electronic textbook / A. I. Gorozhanov. – M., 2013. – 110 p.
6. Danilenko V.L. Linguistic aspect of standardization of terminology / V. L. Danilenko, I. N. Volkova, E. N. Shiryayev. - M.: Nauka, 1993.-128 p.
7. Koryakovtseva N. F. Theory of teaching foreign languages: productive educational technologies: textbook. manual for students. lingv. fac-tov higher. studies. Institutions / N.F. Koryakovtseva. – M.: Academy, 2010.-192 p.
8. Kraeva I. A. Modern educational technologies in the field of teaching foreign languages and culture: course of lectures / I. A. Kraeva, G. M. Frolova, K. V. Golubina, O. A. Lavrova. -M.: IPK MGLU "Rema", 2011. -292 p.
9. Krayevsky V.V. Fundamentals of education: Didactics and methodology: A textbook for students of higher educational institutions / V.V. Krayevsky, A.V. Khutorskoy. - M.: Publishing Center "Academy", 2008. -352 p.
10. Leontiev A. A. General methodology of teaching foreign languages: A textbook / A. A. Leontiev.-M., 1991.-360 p.
11. Linguistic encyclopedic dictionary.- St. Petersburg: Tracing paper, 1989. -211 p.
12. Minyar-Beloruhev R.K. Methods of teaching foreign languages or linguodidactics. Foreign languages at school / R. K. Minyard-Beloruhev.-M.: 1996. -224p.
13. Usmanova D. M. Methodology of formation of lexical skills of English speech at the initial stage of Alar secondary school: dis. candidate of Pedagogical Sciences. Protected on 13.00.02; 61:04-13/811.- Makhachkala, 2003.-169 p.
14. Shchukin A. N. Methods of teaching speech communication in a foreign language: textbook. a manual for the Rev. and student. language universities / A. N. Shchukin. -M.: Ikar, 2011.-454 p.
15. Shchukin A. N. Teaching foreign languages. Theory and practice. Textbook for teachers and students / A. N. Shchukin. –M.: 2006.-480 p.

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 304.2

DOI: 10.5281/zenodo.7379796

РОЛЬ Я-КОНЦЕПЦИИ В ГАРМОНИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

СВЕТЛИЧНАЯ Ирина Валерьевна

Институт экономики и культуры (Москва, РФ);

Кандидат культурологии; e-mail: irisvetlichnaja@mail.ru

Аннотация. В статье акцентируется внимание на методах применения я-концепции в процессе гармонизации персонального имиджа. Понятие «Я-концепция» в статье рассматривается как представление личности о себе, влияющее на создание имиджа, под которым понимается взаимосвязь внутреннего и внешнего образа человека. Представлена взаимосвязь персонального имиджа от существующей или формируемой Я-концепции. Обоснован выбор упражнений для определения Я-концепции личности, направленной на диагностику, формирование, контроль и прогнозирование персонального имиджа. Обозначена роль Я-концепции в гармонизации представления человека о себе и визуальных компонентах внешности. Я-концепция человека в статье позиционируется как инструментальный формирования имиджа человека, обеспечивающего коммуникацию с учетом профессиональной деятельности, на примере клиентов предприятий (женщин) в индустрии сервиса. Выявление данного инструментария проводилось на основе эмпирического исследования. В качестве методологии исследования выбраны наблюдение и эксперимент. Наблюдение проводилось среди клиентов (N=107), по результатам работы имиджмейкеров (N=9) (применении упражнений) в течение 12 месяцев посредством целенаправленной фиксации автором статьи информации об объектах имиджирования (клиентах). Эксперимент заключался в подборе автором специальных упражнений, определяющих Я-концепцию личности. Полученные результаты применялись автором для выявления у объектов имиджирования показателей «внутреннего» и «внешнего» образов, используемые в дальнейшем для их гармонизации. Проведенные наблюдения и эксперимент позволили определить эффективные упражнения, формирующие представление человека о себе, и влияющие на выбор компонентов имиджа (мировоззрение, телесность, мимика, жесты, тембр голоса, походка, гардероб). Результаты наблюдения проявились в определении взаимосвязи Я-концепции, визуализации внешности и поведенческих стереотипов. Определено, что гармонизация данных параметров может влиять на коррекцию психоэмоциональных состояний личности в определенных социальных и профессиональных ситуациях. По итогам исследования Я-концепция определена как один из эффективных инструментариев создания персонального имиджа. Выявлено, что данный инструментарий (комплекс упражнений) необходимо внедрять в деятельность имиджмейкера с учетом этапов его работы по формированию имиджа клиента. По результатам наблюдения представлены рекомендации внедрения упражнений с учетом этапа гармонизации внешнего и внутреннего образа человека для формирования устойчивого имиджа.

Ключевые слова: я-концепция, представление о себе, имидж, гармонизация, образ, имиджмейкер, методика самоотчета, коммуникация, личность.

Для цитирования: Светличная И.В. Роль я-концепции в гармонизации персонального имиджа. // *Service plus*. 2022. Т.16. №3. С. 60-73. DOI: 10.5281/zenodo.7379796

Статья поступила в редакцию: 15.08.2022.

Статья принята к публикации: 28.09.2022.

THE ROLE OF THE SELF-CONCEPT IN THE HARMONIZATION OF PERSONAL IMAGE

Irina V. SVETLICHNAYA

Institute of Economics and Culture n (Moscow, Russia);

Candidate of Cultural Studies; e-mail: irisvetlichnaja@mail.ru

Abstract. The article focuses on the methods of applying the self-concept in the process of personal image harmonization. The concept of "I-concept" in the article is considered as a representation of a person about himself, influencing the creation of an image, which is understood as the interdependence of the internal and external image of a person. The interrelation of the personal image from the existing or emerging Self-concept is presented. The choice of exercises for determining the Self-concept of personality aimed at the diagnosis, formation, control and prediction of personal image is justified. The role of the Self-concept in the harmonization of a person's self-image and visual components of appearance is indicated. The self-concept of a person in the article is positioned as a tool for forming the image of a person who provides communication taking into account professional activity, using the example of enterprise clients (women) in the service industry. The identification of this toolkit was carried out on the basis of empirical research. Observation and experiment were chosen as the research methodology. The observation was carried out among clients (no.=107), based on the results of the work of image makers (no.=9) (using exercises) for 12 months by purposefully fixing information about the objects of image-making (clients) by the author of the article. The experiment consisted in the author's selection of special exercises that define the Self-concept of personality. The obtained results were used by the author to identify the indicators of "internal" and "external" images in the objects of the image, which are used in the future for their harmonization. The observations and experiment made it possible to determine effective exercises that form a person's self-image and influence the choice of image components (worldview, physicality, facial expressions, gestures, timbre of voice, gait, wardrobe). The results of the observation were manifested in determining the relationship of the Self-concept, visualization of appearance and behavioral stereotypes. It is determined that the harmonization of these parameters can affect the correction of psychoemotional states of the individual in certain social and professional situations. According to the results of the study, the Self-concept is defined as one of the effective tools for creating a personal image. It is revealed that this toolkit (a set of exercises) needs to be introduced into the activities of the image maker, taking into account the stages of his work on the formation of the client's image. Based on the results of the observation, recommendations for the introduction of exercises are presented, taking into account the stage of harmonization of the external and internal image of a person for the formation of a stable image.

Keywords: I am a concept, self-image, image, harmonization, image, image maker, self-report methodology, communication, personality.

For citation: Svetlichnaya I.V. (2022). The role of the self-concept in the harmonization of personal image. Service plus, 16(3), Pp.60-73. DOI: 10.5281/zenodo.7379796 (In Russ.).

Submitted: 2022/08/15.

Accepted: 2022/09/28.

Введение.

В современном обществе считается одна из основных потребностей – необходимость в поддержании целостности, обеспечении благоприятных условий для существования и развития представителей общества, для развития социальных, культурных и профессиональных отношений акторов друг с другом. Одним из способов удовлетворения данной потребности является процесс формирования внешнего образа с учетом внутренних особенностей личности и интересов социальной группы. Результатом использования данного процесса является персональный имидж, который в современном обществе позиционируется как неотъемлемая коммуникативная единица профессиональной социализации.

Исследование проблемы гармонизации внешности человека с учетом его социальной роли и профессиональной принадлежности приобретает особую значимость в условиях активного развития индустрии сервиса. Наличие у специалиста сервиса гармоничного внешнего образа помогает объективно воспринимать работодателю и потребителям товаров и услуг его личные и профессиональные преимущества, то есть способствует его конкурентоспособности. Также в сложившихся условиях постиндустриального общества, когда эстетика облика человека находится в центре внимания общественности и средств массовой информации, процесс формирования гармоничного образа (имиджа) постепенно становится одной из продаваемых услуг на предприятиях индустрии моды и красоты. Представленный процесс является сложным и многогранным, в котором исключение какого-либо этапа приводит к неустойчивому эффекту в трансляции персонального имиджа для достижения личных и профессиональных целей.

Несмотря на актуальность данной услуги, проблема заключается в том, что не все специалисты по созданию персонального имиджа осознают отличие просто «красивой картинки» / одежды (костюм, прическа, макияж, обувь, аксессуары), от гармоничного образа (персонального имиджа). Имидж – это всегда впечатление, которое создается в глазах других людей. Для фор-

мирования впечатления «красивой картинкой» мало. Необходимо, чтобы образ человека ассоциировался с какими-то событиями, фактами, профессиональными компетенциями, для этого он должен быть подкреплен действиями носителя внешнего образа (телесными движениями, мимикой, голосом, реакцией на различные ситуации). Только тогда у воспринимающих будут возникать ассоциации (положительные, отрицательные, нейтральные), связанные с носителем имиджа, и как следствие – формирование впечатления от трансляции компонентов имиджа.

Анализ публикаций по проблематике исследования.

Для эффективной трансляции имиджа (коммуникации), необходимо, чтобы его внешний образ гармонично сочетался с внутренним. Д.П. Гавра о транслируемом имидже говорит следующим образом: «Транслируемый имидж — это тот имидж (компонент имиджа) объекта, который задан самим источником имиджеобразующей информации и передается аудиториям в коммуникативном акте. Получателями сообщений в имиджевой коммуникации выступают те аудитории, в сознании которых и образуется имидж объекта» [11]. То есть транслируемый имидж задается носителем имиджа, а значит полностью зависит от представления носителя о самом себе [16]. В связи с этим имиджмейкеры в своей работе должны уделять должное внимание морально-психологической подготовке объекта имиджирования, влияющей на гармонизацию внешнего и внутреннего образа в персонифицированном имидже человека, то есть образе человека, созданном на основе человеческих свойств [1]. По словам Г. Г. Почепцова, в качестве объекта имиджа может выступать все, что способно произвести социальное впечатление на некоторое число людей. Объекты имиджа могут иметь индивидуальный, групповой, массовый, институциональный и смешанный индивидуально-институциональный характер. Индивидуальными объектами имиджа являются отдельные личности, представляющие любые сферы общественной жизни. Люди, в сознании которых формируется имидж данного объекта (целевые группы, сег-

менты потребительского рынка, категории избирателей) являются субъектами имиджа. Обобщая все вышесказанное, автор исследования обозначает процесс трансляция имиджа как коммуникативный акт, который задается объектом имиджирования (носителем имиджа) и полностью зависит от гармоничного соотношения «внутреннего» (содержания) и «внешнего» (формы) в образе человека, и зависит от морально-психологической подготовки, то есть определения Я-концепции личности.

В исследованиях В.В. Белобрагина система представлений индивида о самом себе, своих интеллектуальных способностях, физических возможностях и внешности, называется Я-концепцией [3]. Данная система восприятия человека может стать инструментом профессионального имиджмейкера, позволяющая создать не тематические (неустойчивые) образы в определенном стиле, а устойчивые внешние образы с учетом социальной группы и профессиональной деятельности – варианты имиджей для разных представителей общества.

Для утверждения эффективности процесса имиджмейкинга на основе Я-концепции необходимо понимать многогранность использования данной системы представлений с разных точек зрения. На данный момент представлено множество теоретических исследований о роли Я-концепции в профессиональном становлении личности (Н.В. Бондарчук, Е.А. Быкова) [7], в профессиональном развитии и творческом саморазвитии личности (Л.Я. Дорфман, А.Ю. Калугин, А.М. Мишкевич) [10], в самооценке и обеспечении внутренней согласованности личности (И.А. Шаповал) [19], в нормализации психологического здоровья человека (Г.В. Валеева, З.Ф. Дудченко) [8], в личностном росте (А.С. Шаров) [20]. Но наибольший интерес привлекают исследования рассматривающие вопросы о роли Я-концепции в структуре персонального имиджа (И.В. Антоненко [2], В.В. Белобрагин [4], М.И. Килошенко [2, С. 34-46], В.А. Панасюк [13], Г.Г. Почепцов [14], И.В. Светличная [15], В.М. Шепель [22]), что позволяет говорить о необходимости внедрения Я-концепции в процесс формирования персонифи-

цированного имиджа, способствующего самооценке и профессиональному становлению личности.

В основе создания личностного имиджа лежат разные модели имиджирования. Базовая модель имиджирования, представленная В.М. Шепелем, включает такие этапы как изучение представления объекта имиджирования о самом себе, контроль телесного поведения, коррекцию речевого поведения, тренировку харизмы и обаяния, формирование коммуникативного поведения, подбор компонентов внешнего образа человека с учетом представленных этапов модели имиджирования [23]. Рассматривая данную модель, можно предположить, что все этапы являются взаимозависимыми, то есть проведение коррекции одного этапа, например, формирование представления о себе, повлияет на все последующие этапы формирования личностного имиджа.

Большинство специалистов индустрии сервиса пренебрегают некоторыми этапами в формировании имиджа. Для мгновенного эффекта и впечатления клиента от модели имиджирования специалисты индустрии сервиса делают акцент, чаще всего на подборе компонентов внешнего образа человека (одежды) [15]. Для этого имиджмейкеры применяют стандартные правила по формированию гардероба и рекомендации по комбинации видов гардероба, учитывая при этом цветотип внешности объекта имиджирования, приемы гармонизации фигуры, правила выбора стиля с учетом профессиональной принадлежности и модные тенденции [16]. Созданные на основе вышеперечисленных требований удачные образы, конечно же являются яркими и эффектными, но как показывают наблюдения и исследования автора статьи, проводимые среди клиентов имиджмейкеров с целью определения гармоничного соотношения их внутреннего и внешнего образов, не всегда эмоционально комфортными. Данная ситуация создает неблагоприятные условия для построения модели имиджа, а также поддержания и коррекции имиджа.

В связи с чем возникает вопрос: почему комплект модных современных образов, предложенных объекту имиджирования очень сложно поддерживать самостоятельно в личностных и профессиональных ситуациях, несмотря на пред-

ложенные рекомендации и установленные правила имиджмейкером? Ответ на этот вопрос сможет найти каждый практик имиджмейкер, если начнет в своей работе позиционировать «Я-концепцию» как морально-психологическую подготовку объекта к формированию персонального имиджа.

Методы и методология.

В данном исследовании социологический подход позволил определить Я-концепцию как инструментарий гармонизации имиджа в результате сопоставления внутреннего и сформированного внешнего образа личности в определенных жизненных ситуациях. Для выявления взаимосвязи представления личности о себе с его визуальными компонентами в образе применены эмпирические методы, такие как наблюдение и эксперимент. Эксперимент заключался в подборе и внедрении автором упражнений по определению Я-концепции в качестве инструментария имиджмейкеров с целью выявления у объектов имиджирования показателей, необходимых для формирования личностного имиджа. Наблюдение проводилось в ходе выявления результатов упражнений, проводимых имиджмейкерами на разных этапах имиджирования объектов. Эффективность упражнений определялась по результатам гармонизации «внутреннего» и «внешнего» в создаваемом искусственном образе (имидже) человека. В ходе исследования влияния Я-концепции на гармонизацию образа человека были выявлены упражнения, которые могут быть эффективными на разных этапах формирования имиджа личности. В результате чего предложен наиболее результативный способ проведения этапа Я-концепции в процессе диагностики, формирования, контроля и прогнозирования результатов трансляции персонального имиджа.

Дискуссия.

Ситуация дисгармонии и неустойчивости имиджа, а также отсутствия его персонификации связана с тем, что многие современные специалисты индустрии сервиса, называющие себя имиджмейкерами, в своей практической деятельности охватывают недостаточный спектр инструментария в процессе имиджирования. Что говорит об этом В.М. Шепель: «... число людей, называ-

ющих себя имиджмейкерами, возрастает сегодня в геометрической прогрессии. Это возможно потому, что у нас до сих пор эта специальность не кодифицирована, а потому любой может именовать себя имиджмейкером. В этом особенно преуспевают «пиарщики», т.е. специалисты, занимающиеся в профессиональной сфере так называемыми связями с общественностью, или, используя англоязычный термин, представители «публик рилейшнз». За ними следуют психологи, затем – стилисты, визажисты, дистрибьюторы различных косметических фирм» [21]. В сложившейся обстановке многие предприятия сервиса транслируют услуги по созданию имиджа, предлагая подбор прически, костюма и аксессуаров, ссылаясь на такую направленность сервиса в индустрии моды и красоты, как персонификация услуг (удовлетворение конкретного потребителя, с учетом индивидуальных потребностей, интересов и желаний отдельного клиента). Но является ли процесс предлагаемой услуги процессом формирования имиджа, основанный на гармонизации внутреннего и внешнего образа? Для того, чтобы ответить на данный вопрос, необходимо разобраться в таких понятиях как «имиджмейкер», «имидж», «образ» и «гармонизация образа»

Имидж – целенаправленно сформированный эмоционально окрашенный образ объекта, наделенный определенными характеристиками, основанными на реальных или приписываемых свойствах конкретного объекта, обладающих значимостью для воспринимающего [5]. В спектре современных услуг индустрии сервиса можно встретить такие услуги как «создание образа» и «создание имиджа», кто-то из специалистов их разделяет, а кто-то определяет равнозначными. Но как понять, чем понятие «образ» отличается от понятия «имидж».

И. В. Сидорская противопоставляет термины «образ» и «имидж» так: «образ – «сложившееся», стихийное представление, а имидж – «создаваемое», целенаправленно формируемое представление». Автор в своем исследовании делает выводы о том, что термин «образ» чаще всего используют для объективного и достоверного информирования, а термин «имидж» – для пропа-

ганды и манипулирования, а также для продвижения и «мягкой силы» [17]. Также стоит отметить, что формирование имидж-информации может происходить как естественным путем, так и целенаправленно, при этом формы и средства трансляции могут быть подобраны только имиджмейкером с учетом личностных и профессиональных целей носителя имиджа. Представленные выводы интересны тем, что подтверждают утверждения В.М. Шепеля о естественной и искусственной природе персонального имиджа [23] и А.Ю. Панаюка о необходимости услуг специалиста по формированию, контролю и продвижению персонального имиджа [13]. Понятие «образ» в рамках данного исследования будет определяться как имидж-информация (средство коммуникации), которое входит в состав понятия «имидж», трактуемое автором исследования как форма и средство передачи имидж-информации (трансляции имиджа с определенной целью).

В следствии чего возникает вопрос: какого специалиста можно называть имиджмейкером? В. М. Шепель характеризует имиджмейкера как профессионала, занимающегося созданием привлекательного образа, благодаря формированию устойчивого представления личности о себе, трактуемого посредством совокупности внешних характеристик личности, за счет чего наглядно зримыми становятся её внутренние качества [23]. На основании представленной формулировки можно предположить, что имиджмейкер должен быть специалистом, способным выявить и научить транслировать лучшие качества человека, посредством гармонизации внутренних особенностей личности с внешними характеристиками и визуальным оформлением, если он сам, носитель имиджа, не способен это сделать. Но в современном обществе очень часто можно наблюдать ситуацию, когда внешний образ человека не соответствует его эмоциональному содержанию, что не позволяет гармонизировать имидж человека и повлиять на его устойчивость.

Что говорит о гармонизации личности А.Б. Коробова: «Гармонической является личность, восходящая ко всё новым, уникальным и совершенным формам сопряжения физической, интеллектуальной, нравственной, эстетической и дру-

гих человеческих сил. Такая личность имеет широкий спектр общественных отношений и проявляет себя в различных сферах деятельности. Различные качества личности при этом не являются просто набором характеристик, они взаимосвязаны и взаимообусловлены» [12]. На основании данной формулировки дисгармонию можно определить как препятствие, не позволяющее человеку чувствовать себя уверенным и не способствующее самореализации. То есть внешнее «Я» не соответствует внутреннему «Я», возникают противоречия, которые не способствуют поиску индивидуальных качеств личности. Процесс имиджирования, основанный на выявлении «Внутреннего Я» и влияющий на формирование «Внешнего Я» способствует гармонизации через уверенность и харизму личности.

Идея по внедрению Я-концепции в профессиональную деятельность имиджмейкера заключается в том, что специалист, помогая сформировать объекту имиджирования представление о своем «Внутреннем Я», проводит изменения внешних параметров и поведенческих стереотипов, параллельно с коррекцией психоэмоциональных состояний, что способствует гармонизации психологического статуса человека, и как следствие устойчивому имиджу.

В рамках данного исследования значение «Я-концепции» для процесса формирования персонального имиджа заключается в том, что она способствует эмоциональной согласованности личности, предопределяет процесс разъяснения опыта, является мотивацией к достижению личностных и профессиональных результатов посредством гармонизации формы и содержания.

Научные представления о роли «Я-концепции» в процессе формирования имиджа представлены многими авторами. Р. Бернс дает следующее определение: «Я-концепция» – это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряжённая с его отношением к себе или к отдельным своим качествам, это называют самооценкой» [6]. М.Р. Чемпорова трактует понятие «Я-концепция» как единство и целостность личности с ее субъективной внутренней стороной, то есть то, что известно индивиду о самом себе, каким он видит, чувствует и представляет себя

сам [18]. М.И Килошенко в своих исследованиях утверждает, что Я-концепции личности формируются не только на основе самооценки и потенциальной поведенческой реакции личности, но и под влиянием моды, что способствует созданию привлекательной внешности для личностной и социальной идентичности [2, С.34-46]. Е.А. Володарская и Е.С. Баксан представляют понятие «Я-концепция», как систему установок человека относительно самого себя, т.е. некое обобщенное представление о самом себе, которое меняется в процессе социализации личности, в процессе познания себя [9]. На основе приведенных определений автор статьи выводу приходит к выводу о том, что «Я-концепция» является представлением личности о самом себе, которое формируется на основе самооценки, и меняется в процессе социализации личности и под влиянием модных тенденций.

С точки зрения психологии «Я-концепцию» рассматривают как совокупность личностных установок, включающих три элемента, которые английский психолог Р. Бернс конкретизировать следующим образом: «Образ Я», «самооценка», «потенциальная поведенческая реакция». По мнению ученого, каждый индивид с целью самооценки должен стремиться сформировать представление о самом себе [6, С. 30-66]. Это представление в процессе формирования представления будет вызывать более или менее сильные эмоции, связанные с их принятием или осуждением. В связи с чем индивид будет реагировать на образ Я и самооценку конкретными действиями в виде коррекции тела, имиджа, манер, способностей, социальных отношений и др.

Коррекция множества личностных проявлений с учетом принятия представления о себе, желания его изменить, и особенностей эмоционального восприятия в определенной жизненной ситуации и будет формировать персональный имидж человека. В подтверждение этому можно привести формулировку А.Ю. Панасюка: «Персональный имидж – это слияние разума, поведения, речи, харизмы, а также внешних составляющих, таких как причёска, макияж, одежда» [13]. То есть Я-концепция может являться инструментом гар-

монизации внешнего и внутреннего образа человека в процессе формирования персонального имиджа.

Результаты исследования. Я-концепция является представлением объекта имиджирования о себе. Основывается на понимании собственного мировоззрения, выявлении долгосрочных целей и принципов, определении достоинств и недостатков, принятии особенностей характера и темперамента. Для организации понимания и принятия Я-концепции необходима помощь специалиста. Имиджмейкер в процессе формирования представления о себе («Я-концепции»), используя различные методики (упражнения), способствует определению того, как человек воспринимает сам себя, какое впечатление о нем у других, и каким он хочет быть. Определение данных представлений на начальной стадии имиджирования зачастую не совпадает.

Для определения Я-концепции имиджеологи рекомендуют использовать методику самоотчета, которая основывается на продуманных опросниках или упражнениях. Чаще всего, имиджеологи рекомендуют использовать такие упражнения как «Мое самовосприятие» (самоанализ психологического портрета), «Q-сортировка» (эмпирическое определение человеком представления о себе), «Мои жизненные планы» (составление списка результатов для достижения в порядке убывания ценности), «Формула оптимизма» (составление гимна самому себе как аспекта самовнушения), «Я-реальное» (самоисследования возможностей и расширение представления о себе), «Я-идеальное» (исследование прошлого опыта, обнаружение упущенных возможностей, поиск способов их реализации) [23].

Наиболее информативным для применения в практике имиджмейкера является упражнение «Я-реальное», так как позволяет эффективно и за короткий период времени определить Я-концепцию объекта имиджирования (клиента) специалистом по созданию персонального имиджа.

Данные выводы были сделаны в процессе эксперимента, который заключался в предложении имиджмейкерам внедрить в свою работу раз-

ные упражнений по определению Я-концепции при работе с объектами имиджирования (женского пола), для оценки их эффективности. Исследование проводилось на основе наблюдения клиентов (107 человек) имиджмейкерами (9 человек) в течение 12 месяцев. Результаты выполнения упражнений собирались на основе наблюдения имиджмейкеров за клиентами и распределялись с учетом практико-ориентированных направлений имиджологии (этапов имиджирования): имидждиagnостики, имиджконсультирования, имиджмейкинга (технологии построения и управления имиджем), имиджпрогностики.

Для проведения наблюдений и эксперимента автор статьи подобрал команду имиджмейкеров, ведущих частную практику по созданию личностного имиджа. После чего автором был сформирован комплекс упражнений по определению Я-концепции и предложен для внедрения в практику специалистам по формированию имиджа, в качестве эксперимента, заключающегося в искусственном создании условий (упражнений по определению Я-концепции на этапах имиджирования) для выявления у объектов показателей, необходимых для формирования их имиджа. Автор наблюдал за процессом проведения упражнений, внедряемых имиджмейкерами на разных этапах имиджирования, и по результатам выявлял наиболее эффективные с учетом реализуемого этапа и цели формирования личностного имиджа. Эффективность определялась по степени гармонизации «внутреннего» и «внешнего» в создаваемом искусственном образе (имидже) человека.

Например, суть упражнения «Мое самовосприятие» (по Р. Бернсу) [23] заключалась в выборе приведенных характеристик (Я счастливый, У меня ничего не ладится, Я тугодум, Я неуклюжий, Я зануда, Я неудачник, Я добросовестный, Я обманщик, Я интроверт, Я фантазер, Я оптимист, Я человек надежный, Я раздражительный, Я хороший друг, Я подвержен настроению, Я общителен, Я религиозный, Я умный, Я слабый, Я опрометчивый) по отношению к себе и определению уровня их устойчивости. Сложность внедрения данного упражнения состояла в том, что не все клиенты готовы сделать быстрый и открытый выбор данных характеристик по отношению к

себе. На стадиях имидждиagnостики и имиджконсультирования степень самовосприятия клиента оценить было очень сложно, Я-концепция определялась не корректно. Наиболее эффективно это упражнение выполнялось на стадиях технологии построения и управления имиджем. Преодоление сложности в определении Я-концепции на данных стадиях происходило за счет увеличенной длительности этапов и процессов продумывания таких составляющих Я-концепции как Я-реальное, Я-зеркальное и Я-идеальное объекта имиджирования.

Упражнение «Q-сортировка» (по В. Стефансону) [23] заключалось в распределении утверждений (список из 60 утверждений) по блокам от «наиболее характерных» до «наименее характерных» для испытуемого. Несмотря на то, что у методики есть достоинство в виде индивидуального выбора испытуемым в соответствии с реальным «Я», существует и недостаток в виде большого объема времени необходимого для распределения характеристик и их обработки. Поэтому данная методика не всегда была удобна при первом знакомстве имиджмейкера и клиента (имидждиagnостике).

Упражнение «Мои жизненные планы» [23] заключалось в формировании списка желаемых результатов в порядке убывания испытуемым. По завершению испытуемый должен был сформулировать ответы на вопросы: чего я уже добился? Чего хочу добиться в ближайшее время? Мои глобальные цели? Но для составления такой жизненной программы объекта имиджирования необходим был большой объем времени и эмоциональная подготовка клиента. Поэтому такая методика была определена как уместная на этапе контроля и коррекции существующего имиджа (имиджпрогностики).

Упражнение «Формула оптимизма» [23] заключалось в составлении мини-гимна на тему «Я – чудо!» самому себе. Гимн необходимо разучить и повторять себе каждый день 3 раза с перерывом 15–30 сек. Так как гимн должен стать субъективным самовнушением, то это упражнение определено как необходимое для завершающего этапа формирования имиджа (имиджпрогностики), так как является личностной аффирмацией, по-

этому не уместно на начальном этапе имидждиагностики.

Цель упражнения «Я-идеальное» [23] заключалась в исследовании прошлого опыта, обнаружении упущенных возможностей, и поиске способов их реализации и т.д. Поэтому определено как эффективное при коррекции неудачного имиджа. Для того, чтобы его провести клиент должен был сформировать 10 ответов на вопрос: «Кем бы я мог стать, если реализовал бы все свои возможности?». Затем ответы необходимо распределить на три блока: «Условное отношение других», «Реальное Я», «Идеальное Я». Данная градация позволяла объекту имиджирования оценивать себя так, как, по его мнению, его оценивают другие. В основе процесса оценивания лежала гипотеза самоутверждения (по К. Роджерсу). Её смысл состоит в том, что самоутверждение – это процесс снятия с самого себя одной за другой масок для обнаружения себя реального. Полученные результаты были информативны в качестве духовной основы в процессе становления личности при формировании имиджа (этап имиджмейкинга).

При упражнении «Я-реальное» [23] для формирования представления о себе объект имиджирования должен был ответить на вопрос «Кто я?» или «Какой (ая) я?». После чего имиджмейкер рекомендовал записать примерное количество ответов (примерно №=20). На упражнение отводилось ограниченное количество времени – 12 минут. В процессе обработки результатов упражнения имиджмейкер обращал внимание на итоговое количество ответов. Количество результатов менее 15-и, подтверждало то, что респондент не интересуется «своим Я» или не уделяет этому должное внимание. Количество результатов от 18-и до 22-х позволяло составить наиболее реальное описание Я-концепции объекта имиджирования. Количество ответов более 22-х не позволяло составить реальное представление личности о самой себе, так как такое количество ответов психологи объясняют, или как намеренное скрытие реального представления или наоборот, как очень хорошее представление испытуемого о самом себе.

В процессе эксперимента также уделялось внимание расположению ответов. Как правило, первые 3-5 ответов даются быстро, без обдумывания, и составляют реальное представление личности о самой себе в существующих жизненных обстоятельствах, и являются сигналом имиджмейкеру для проведения такого этапа имиджирования как подбор компонентов внешнего образа человека (имидждиагностика, имиджмейкинг). Следующие далее ответы даются с более тщательным обдумыванием и позволяют спланировать такие этапы имиджирования как контроль телесного поведения, коррекция речевого поведения, тренировка харизмы и обаяния, формирование коммуникативного поведения (имиджконсультирование, имиджпрогностика).

Например, если в списке ответов вначале присутствовали такие ответы как «я мама», «я заботливая», «я добрая», «я домохозяйка», «я дочь», «я жена», то в процессе дальнейшей беседы выяснялось, что для объекта имиджирования в визуализации в данный период времени комфорт доминирует над эстетикой, так как в происходящей жизненной ситуации вся деятельность испытуемого связана с заботой о других, а не с профессиональными задачами. Поэтому образы, связанные со сложной эстетикой внешности, были не комфортны и не устойчивы, то есть не гармоничны с учетом эмоционального состояния личности. Если в списке ответов вначале присутствовали такие ответы как «я красивая», «я девушка», «я жена», «я любовница», «я женщина», то в процессе дальнейшей беседы выяснялось, что для объекта имиджирования в визуализации в данный период времени эстетика доминирует над комфортом. Поэтому воспринимались и были устойчивы любые образы, улучшающие внешность, так как испытуемый чувствовал на данный момент в данной визуализации гармонично. Но представленные результаты по «Я-концепции» могли изменяться в процессе изменения жизненной ситуации и/или коррекции «Я-концепции» в результате имиджирования. В результате имиджмейкеры сделали выводы о том, что данные результаты были информативны только для формирования повседневного вида имиджа, не свя-

занного с профессиональной сферой деятельности.

Если же объект имиджирования обращался для создания имиджа, претендуя на должность в крупной организации, то при имидждиagnosticке имиджмейкеры обращали внимание на другие характеристики при определении Я-концепции. В результате были выявлены другие ответы для гармонизации внешнего образа, например, такие как «я профессионал», «я организатор», «я пунктуальная», «я неконфликтная», «я специалист», «я умею распределять время» и т.д. В визуализации образов испытуемых с подобными ответами можно наблюдать тенденции гармонизации посредством делового стиля и разделении одежды по назначению. Отсутствие вначале списка подобных ответов позволяло сделать выводы о том, что объект имиджирования эмоционально не готов к данному виду деятельности. А отсутствие подобных ответов – о том, что объект имиджирования или не ассоциирует себя с данным видом деятельности, или не чувствует уверенность, то есть не может составить о себе представление, позиционирующее принадлежность к руководящей должности. В данной ситуации имиджмейкер вместе с испытуемым начинал работать над его представлением о самом себе, контролем его телесного поведения, коррекцией речевого поведения, тренировкой харизмы и обаяния, формированием коммуникативного поведения, подбором компонентов внешнего образа человека с учетом профессиональной деятельности и поставленных целей.

Для формирования и дальнейшего утверждения представления испытуемого о самом себе и составления его описания список ответов на вопрос «кто я?» или «какой/какая я?» распределялся по следующим блокам: личностные качества; родственные узы и семейные взаимоотношения; деловая сфера; социальные контакты; социально-ролевые категории; суждения о внешности. Распределение ответов давало различные результаты. Блоки заполнялись или равномерно, или неравномерно, или некоторые оставались пустыми. Какие выводы это позволило сделать для исследования? Равномерное распределение в дальнейшей беседе с испытуемым подтвержда-

ло формирование естественного имиджа, который требовал контроля с учетом профессиональной деятельности и жизненных целей. Неравномерное распределение являлось сигналом к коррекции имиджа, в беседе наблюдалась тенденция к дисгармонии в соотношении личностных характеристик и визуализации внешности. Об отсутствии имиджа свидетельствовали не заполненные блоки, сигнализирующие о пробелах в формировании впечатления личности о себе в каких-либо сферах жизни и деятельности.

Для дополнения/расширения представление личности о себе имиджмейкеры проводили следующий этап упражнения: испытуемому предлагали предположить, какую характеристику даст о нем значимый для него человека. Записать необходимо также 20 ответов за 12 мин. Затем необходимо сопоставить и сравнить ответы 1-го и 2-го этапов упражнения. На начальном этапе конструирования имиджа, как показал эксперимент, они не совпадали. Это являлось сигналом к тому, что испытуемому необходимо либо стремиться к коррекции личностных характеристик с учетом мнения окружающих, либо менять о себе мнение у окружающих за счет выстраивания вербальных и визуальных коммуникаций для транслирования представления о себе.

На основании представленных результатов наблюдения было определено, что упражнение «Я-реальное» можно использовать на разных этапах практико-ориентированных направлений имиджологии. Преимущества данного упражнения заключаются в быстрых, реальных ответах, позволяющих собрать описание Я-концепции клиента. Полученное описание имиджмейкер может использовать уже на этапе имидждиagnosticки при знакомстве с клиентом для понимания текущих имиджевых проблем и осознания возможностей их устранения в ракурсе жизненной перспективы клиента. Также данное упражнение можно использовать на этапе имиджконсультирования, когда испытуемому предлагаются практические и целенаправленные способы гармонизации, а именно варианты уравнивания внутреннего и внешнего образа для самопрезентации с учетом поставленных целей. На этапе имиджмейкинга упражнение «Я-реальное» можно дополнять дру-

гими упражнениями, результаты которых позволяют подтвердить ранее сделанные выводы или откорректировать их для непосредственного формирования и управления персональным имиджем клиента как коммуникативной единицей. На этапе имиджпрогностики результаты проведения комплекса упражнений позволяют определить траекторию развития запоминающегося и уникального в глазах общественности образа и этапов его реализации для трансляции социуму.

Выводы.

В рамках данной статьи представлено исследование, способствующее выявлению роли «Я-концепции» в создании личностного имиджа. В результате обозначено, что «Я-концепция» является инструментарием имиджа, так как позволяет выстроить особую методику формирования заданного образа и установить модель имиджирования. Данные выводы сделаны автором в процессе проведения наблюдения и эксперимента, которые реализовывались при участии команды имиджмейкеров. Для применения данной методологии автором был подобран и внедрен комплекс упражнений по определению Я-концепции с целью составления рекомендаций по их внедрению на различных этапах имиджирования. Эксперимент позволил выявить наиболее эффективные упражнения с учетом проводимого этапа и цели создания личностного имиджа. Процесс реализации упражнений являлся своеобразным способом тренировки коммуникативных навыков, участву-

ющих в эксперименте, так как давал им возможность в подборе разных приемов коммуникации при коррекции самооценки. Эффективность упражнений определялась по результатам гармонизации «внутреннего» и «внешнего» в искусственном образе (имидже) человека. На основании чего можно утверждать, что применение в практике имиджмейкера упражнений по определению и коррекции «Я-концепции» позволяет гармонизировать выявленные человеческие свойства во внешнем образе человека. А подбор компонентов внешнего образа (костюм, прическа, макияж, аксессуары, обувь) на основе морально-психологической подготовки клиента способствует их естественной трансляции с учетом телесности клиента, что определяет условия для эффективной коммуникации объекта имиджирования с воспринимавшей стороной. Поэтому можно утверждать, что роль Я-концепции в формировании персонального имиджа, заключается в том, что она способствует определению имиджа как неотъемлемой коммуникативной единицы необходимой для решения личностных и профессиональных задач. Предложенный подход создания персонального имиджа позволяет сформировать гармоничный образ клиента, который станет эффективным средством коммуникации, и будет способствовать целенаправленной передаче имидж-информации с учетом профессиональной деятельности объекта имиджирования.

Список источников

1. Аброзе, Е. А. Психология моды: культурологический обзор / Е. А. Аброзе. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 230 с. – ISBN 978-5-4475-8203-6.
2. Антоненко И. В. Психология моды / И. В. Антоненко, Н. Г. Артемцева, Т. Н. Грекова [и др.]; Под редакцией И.В. Антоненко и И.Н. Карицкого. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2019. – 228 с.
3. Белобрагин, В. В. Современное состояние, тенденции и перспективы развития "имиджологии в сервисе" как научного направления и авторского учебного курса / В. В. Белобрагин // Современные социально-экономические и правовые проблемы развития Российской Федерации : Сборник публикаций по итогам международной научно-практической конференции, Москва, 20 апреля 2021 года. – г. Москва: ООО "Издательство "Спутник+", 2021. – С. 212-216.

4. Белобрагин, В. В. Проблемы "Имиджологии в сервисе" в контексте социально-психологической науки / В. В. Белобрагин // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2021. – Т. 20. – № 2(159). – С. 45-53. – DOI 10.17922/2071-5323-2021-20-2-45-53.
5. Белобрагин, В. В. Имидж как научная категория / В. В. Белобрагин // Актуальные проблемы и современные тенденции развития социально-экономических наук в XXI веке: взгляд молодых ученых : Сборник статей Всероссийской научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов, аспирантов, Москва, 18 декабря 2019 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Мир науки", 2019. – С. 134-136.
6. Бернс Р., Развитие Я-концепции и воспитание /Пер. с англ. - М.: "Прогресс", 1986. – 420 с.
7. Бондарчук, Н. В. Профессиональная Я-концепция социального педагога системы образования / Н. В. Бондарчук, Е. А. Быкова // Организационная психология. – 2019. – Т. 9. – № 4. – С. 30-51.
8. Валеева, Г. В. "Я-концепция" как фактор здоровья личности / Г. В. Валеева, З. Ф. Дудченко // Здоровьеберегающее образование – залог безопасной жизнедеятельности молодежи: проблемы и пути решения: Материалы X Международной научно-практической конференции, Челябинск, 08–09 ноября 2018 года. – Челябинск: ЗАО "Библиотека А. Миллера", 2018. – С. 45-48.
9. Володарская, Е. А. Персональный имидж женщины как фактор "я-концепции" личности / Е. А. Володарская, Е. С. Баксан // Человеческий капитал. – 2021. – № 5(149). – С. 146-159. – DOI 10.25629/НС.2021.05.15.
10. Дорфман, Л. Я. Черты личности и Я-концепция как предикторы интеллекта / Л. Я. Дорфман, А. Ю. Калугин, А. М. Мишкевич // Способности и ментальные ресурсы человека в мире глобальных перемен. – Москва: Институт психологии РАН, 2020. – С. 364-371.
11. Гавра Д. П. Категория имиджа в современной коммуникативистике // ЖССА. 2013. №4.
12. Коробова А.Б. Гармонизация образа / А. Б. Коробова; Федеральное агентство по образованию РФ, Омский гос. ин-т сервиса, Каф. конструирования швейных изделий. - Омск: ОГИС, 2009. - 101 с.: ил., табл.; 29 см.;
13. Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю. Панасюк. - 3-е изд., стер. - М: Омега-Л, 2009. - 265, [1] с.; 20 см.
14. Почепцов, Г. Г. Имиджология / Г. Почепцов. — 6-е изд., стер. — М.: СмарТБук, 2009 — 575 с.
15. Светличная, И. В. Коммуникативные практики использования арт-дизайна в формировании внешнего образа человека / И. В. Светличная // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2020. – Т. 9. – № 4. – С. 68-75. – DOI 10.12737/2587-9103-2020-68-75.
16. Светличная, И. В. Внешний образа человека как инструментарий профессиональной социализации студентов / И. В. Светличная // Сервис plus. – 2020. – Т. 14. – № 4. – С. 104-114. – DOI 10.24411/2413-693X-2020-10412.
17. Сидорская, И. В. Об употреблении терминов "образ" и "имидж" в русскоязычных исследованиях проблемы медиарепрезентации территорий / И. В. Сидорская // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2021. – № 3. – С. 173-197. – DOI 10.30547/vestnik.journ.3.2021.173197.
18. Чемпорова, М. Р. "Я-концепция" и факторы, влияющие на ее развитие / М. Р. Чемпорова // StudNet. – 2020. – Т. 3. – № 12. – С. 1491-1496.
19. Шаповал, И. А. Прочность границ личности: Я-концепция и онтологическая уверенность / И. А. Шаповал // Мир науки. Педагогика и психология. – 2019. – Т. 7. – № 3. – С. 48.
20. Шаров, А. С. Рефлексивная "я-концепция": развитие и становление человека / А. С. Шаров // Образование из будущего: обучение, воспитание, развитие: сборник статей научно-практической конференции, посвященной 40-летию юбилею кафедры педагогики и кафедры психологии Омского государственного педагогического университета, Омск, 23 ноября 2017 года. – Омск: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Омский государственный педагогический университет", 2018. – С. 64-76.
21. Шепель, В. М. Архетип и имидж. Или профессиональное мышление имиджмейкера / В. М. Шепель // Репутациология. – 2017. – № 4(46). – С. 5-9.
22. Шепель, В. М. Кто такой имиджмейкер? Русская версия / В. М. Шепель // Репутациология. – 2014. – № 1-2(29-30). – С. 5-9.
23. Шепель, В. М. Имиджология: Как нравиться людям / В. М. Шепель. - М.: Нар. образование, 2002. - 575 с.

References

1. Abroze, E. A. (2016). Psihologiya mody: kul'turologicheskij obzor [Psychology of fashion: a cultural review]: a monograph. Berlin: Direkt-Media. (In Russ.).
2. Antonenko I. V., Artemceva N. G., Grekova T. N. (2019). Psihologiya mody [Psychology of fashion]: a monograph. Moskva: Federal'noe gosudarstvennoe byudzhethoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego obrazovaniya "Rossijskij gosudarstvennyj universitet imeni A.N. Kosygina (Tekhnologii. Dizajn. Iskusstvo)", 2019. 228. (In Russ.).
3. Belobragin, V. V. (2021). Sovremennoe sostoyanie, tendencii i perspektivy razvitiya "imidzhologii v servise" kak nauchnogo napravleniya i avtorskogo uchebnogo kursa [The current state, trends and prospects for the development of "imageology in service" as a scientific direction and author's training course]. Sbornik publikacij po itogam mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii [Collection of publications on the results of the international scientific and practical conference]: Sovremennye social'no-ekonomicheskie i pravovye problemy razvitiya Rossijskoj Federacii. Moskva: OOO "Izdatel'stvo "Sputnik+". 212-216. (In Russ.).
4. Belobragin, V. V. (2021). Problemy "Imidzhologii v servise" v kontekste social'no-psihologicheskoy nauki [Problems of "Imageology in service" in the context of socio-psychological science]. Uchenye zapiski Rossijskogo gosudarstvennogo social'nogo universiteta. [Scientific notes of the Russian State Social University], T. 20. (№ 2(159)), 45-53. doi: 10.17922/2071-5323-2021-20-2-45-53. (In Russ.).
5. Belobragin, V. V. (2019). Imidzh kak nauchnaya kategoriya [Image as a scientific category]. Sbornik statej Vserossijskoj nauchnoj konferencii studentov, magistrantov, aspirantov, aspirantov, [A collection of articles of the All-Russian Scientific Conference of students, undergraduates, postgraduates, postgraduates]: Aktual'nye problemy i sovremennye tendencii razvitiya social'no-ekonomicheskikh nauk v XXI veke: vzglyad molodyh uchenyh. Moskva: Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu "Izdatel'stvo "Mir nauki", 134-136. (In Russ.).
6. Berns R. (1986). Razvitie YA-koncepcii i vospitanie [Self-Concept Development and Education]. Moskva: "Progress". 420. (In Russ.).
7. Bondarchuk, N. V. (2019). Professional'naya YA-koncepciya social'nogo pedagoga sistemy obrazovaniya [Professional Self-concept of a social pedagogue of the education system]. Organizacionnaya psihologiya [Organizational psychology], T. 9. (4), 30-51. (In Russ.).
8. Valeeva, G. V. (2018). "YA-koncepciya" kak faktor zdorov'ya lichnosti [I-concept" as a factor of personal health]. Materialy X Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii [Materials of the X International Scientific and Practical Conference]: Zdorov'esberegayushchee obrazovanie – zalog bezopasnoj zhiznedeyatel'nosti molodezhi: problemy i puti resheniya. Chelyabinsk: ZAO "Biblioteka A. Millera", 45-48. (In Russ.).
9. Volodarskaya, E. A. (2021). Personal'nyj imidzh zhenshchiny kak faktor "ya-koncepcii" lichnosti [The personal image of a woman as a factor of the "I-concept" of personality]. Chelovecheskij kapital [Human capital], 5(149), 146-159. doi: 10.25629/HC.2021.05.15. (In Russ.).
10. Dorfman, L. YA. (2020). Cherty lichnosti i YA-koncepciya kak prediktory intellekta [Personality traits and Self-concept as predictors of intelligence]: a monograph. Moskva: Institut psihologii RAN, 364-371. (In Russ.).
11. Gavra D. P. (2022). Kategoriya imidzha v sovremennoj kommunikativistike [Image category in modern communication studies]: ZHSSA. 2013. №4. (In Russ.).
12. Korobova A.B. (2009). Garmonizaciya obraza [Image harmonization]. Omsk: OGIS, 101. (In Russ.).
13. Panasyuk, A.YU. (2009). Formirovanie imidzha: strategiya, psihotekhnologii, psihotekhniki [Image formation: strategy, psychotechnologies, psychotechnics]. Moskva: M: Omega-L. 265. (In Russ.).
14. Pohepcov, G. G. (2009). Imidzhologiya [Imagelgia]. Moskva: Smartbook. 575. (In Russ.).
15. Svetlichnaya, I. V. (2020). Kommunikativnye praktiki ispol'zovaniya art-dizajna v formirovanii vneshnego obraza cheloveka [Communicative practices of using art design in the formation of the external image of a person]. Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika. [Scientific research and development. Modern communication studies.], T. 9. (4), 68-75. doi: 10.12737/2587-9103-2020-68-75. (In Russ.).
16. Svetlichnaya, I. V. (2020). Vneshnij obraza cheloveka kak instrumentarij professional'noj socializacii studentov [External image of a person as a tool for professional socialization of students]. Servis plus. [Service plus], T. 14 (4), 104-114. doi: 10.24411/2413-693X-2020-10412. (In Russ.).
17. Sidorskaya, I. V. (2021). Ob upotreblenii terminov "obraz" i "imidzh" v russkoyazychnyh issledovaniyah problemy mediareprezentacii territorij [On the use of the terms "imagery" and "image" in Russian-language studies of

the problem of media representation of territories]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika. [Bulletin of the Moscow University. Episode 10: Journalism.], 3, 173-197. doi: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.173197. (In Russ.).

18. Chemporova, M. R. (2020). "YA-koncepciya" i faktory, vliyayushchie na ee razvitie ["I am a concept" and factors influencing its development]. StudNet. [StudNet], T. 3 (12), 1491-1496. (In Russ.).

19. Shapoval, I. A. (2019). Prochnost' granic lichnosti: YA-koncepciya i ontologicheskaya uverenost' [The strength of personality boundaries: Self-concept and ontological confidence]. Mir nauki. Pedagogika i psihologiya. [The world of science. Pedagogy and psychology.], T. 7 (3), 48. (In Russ.).

20. Sharov, A. S. (2018). Refleksivnaya "ya-koncepciya": razvitie i stanovlenie cheloveka [Reflexive "I-concept": human development and formation]. Sbornik statej nauchno-prakticheskoy konferencii, posvyashchennoj 40-letnemu yubileyu kafedry pedagogiki i kafedry psihologii Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Collection of articles of the scientific and practical conference dedicated to the 40th anniversary of the Department of Pedagogy and the Department of Psychology of Omsk State Pedagogical University]: Obrazovanie iz budushchego: obuchenie, vospitanie, razvitie. Omsk: Federal'noe gosudarstvennoe byudzhethoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego professional'nogo obrazovaniya "Omskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet, 64-76. (In Russ.).

21. Shepel', V. M. (2017). Arhetip i imidzh. Ili professional'noe myshlenie imidzhmejкера [Archetype and image. Or professional thinking of an image maker]. Reputaciologiya [Reputationology], 4 (46), 5-9. (In Russ.).

22. Shepel', V. M. (2-14). Kto takoj imidzhmejker? Russkaya versiya [Who is an image maker? Russian version]. Reputaciologiya [Reputationology], 1-2 (29-30), 5-9. (In Russ.).

23. Shepel', V. M. (2002). Imidzhelogiya: Kak nraivit'sya lyudyam [Imageology: How to please people]. Moskva: Nar. obrazovanie. 575 (In Russ.).

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 338.46

DOI: 10.5281/zenodo.7379821

МОТИВАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ НА СЕРВИСНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ

СЛИНКОВА Ольга Константиновна

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (Белгород, РФ);

Доктор экономических наук, доцент; e-mail: slinkova@bsu.edu.ru

ТХОРЕНКО Дарья Александровна

Московский государственный областной университет (Москва, РФ);

Кандидат психологических наук, доцент; e-mail: pastukhovad@mail.ru

Аннотация. Профессиональное самоопределение личности – длительный процесс, приобретающий особое значение в студенческие годы. В это время проверяется правильность представлений о будущей профессии, укрепляются или ослабляются мотивационные установки. Важная задача, стоящая перед педагогами, особенно на младших курсах, состоит в поддержании и развитии мотивации профессионального выбора студентами. Для ее успешного решения необходимо, прежде всего, понимать, какие потребности определяют выбор профессии студентами. Целью исследования послужило выявление мотивов профессионального самоопределения студентов. В исследовании, которое проводилось с использованием теста-опросника С.С. Гриншпун, приняло участие 86 студентов, обучающихся на направлениях подготовки «Сервис» и «Туризм». Анализ мотивации профессионального самоопределения студентов осуществлялся путем расчета показателей выраженности мотивов и их ранжирования по значимости. Исследование выявило преобладание в мотивационной структуре студентов мотивов, ориентированных на творческую самореализацию, достаточную выраженность мотивов, обусловленных потребностями достижения материального благосостояния и материальной независимости и менее выраженную мотивацию, связанную с оцениваемой престижностью профессии. Также было выявлена некоторая романтизация будущей профессии студентами направления «Туризм» и отсутствие достаточно полной и реальной картины будущей профессии у студентов, обучающихся на направлении подготовки «Сервис». По результатам исследования были обозначены основные направления приложения усилий педагогических кадров по поддержанию и развитию профессионального становления студентов в процессе обучения в вузе.

Ключевые слова: самоопределение личности, профессиональное самоопределение студентов, профессия, сервис, туризм, мотивы выбора профессии.

Для цитирования: Слинкова О.К., Тхоренко Д.А. Мотивация профессионального самоопределения студентов, обучающихся на сервисных направлениях. // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 74-83. DOI: 10.5281/zenodo.7379821

Статья поступила в редакцию: 08.08.2022.

Статья принята к публикации: 28.09.2022.

MOTIVATION OF PROFESSIONAL SELF-DETERMINATION OF STUDENTS STUDYING IN SERVICE DIRECTIONS

Olga K. SLINKOVA

Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia);
PhD (Dr. Sc.) in Economics, Professor; e-mail: slinkova@bsu.edu.ru

Daria A. TKHORENKO

Moscow State Regional University (Moscow, Russia);
PhD in psychology; e-mail: pastukhovad@mail.ru

Abstract. Professional self-determination of a person is a long process, which acquires special significance in student years. At this time, the correctness of ideas about the future profession is checked, motivational attitudes are strengthened or weakened. An important task facing teachers, especially in junior years, is to maintain and develop the motivation for professional choice by students. For its successful solution, it is necessary, first of all, to understand what needs underlie the professional self-determination of students. The purpose of the study was to identify the motives for professional self-determination of students. In the study, which was conducted using the test-questionnaire S.S. Grinshpun, 86 students studying in the areas of training "Service" and "Tourism" took part. Analysis of the motivation of students' professional self-determination was carried out by calculating the indicators of the severity of motives and ranking them by significance. The study revealed the predominance in the motivational structure of students of motives focused on creative self-realization, the sufficient severity of motives due to the needs to achieve material well-being and material independence, and a less pronounced motivation associated with the assessed prestige of the profession. Also, some romanticization of the future profession by students of the "Tourism" direction and the absence of a sufficiently complete and real picture of the future profession of students studying in the "Service" direction of training were revealed. Based on the results of the study, the main directions for applying the efforts of teaching staff to maintain and develop the professional development of students in the process of studying at the university were identified.

Keywords: self-determination of personality, professional self-determination of students, profession, service, tourism, motives for choosing a profession.

For citation: Slinkova O.K., Tkhorenko D.A. (2022). Motivation of professional self-determination of students studying in service directions. *Service plus*, 16(3), Pp.74-83. DOI: 10.5281/zenodo.7379821 (In Russ.).

Submitted: 2022/08/08.

Accepted: 2022/09/28.

Введение

Самоопределение личности – важнейший процесс, от успешной реализации которого зависят практически все стороны жизни человека. Общий философский подход к определению сущности данного процесса отражает извечный поиск смысла жизни, осуществляемый каждым человеком индивидуально. Рассмотрение различных граней этого процесса может осуществляться, как минимум, с использованием трех основных подходов, тесно взаимосвязанных между собой: психологического, социального и деятельностного. В рамках психологического подхода самоопределение личности рассматривается как осознание человеком своего собственного «Я», которое предполагает, во-первых, оценку собственной значимости и, во-вторых, результат этой оценки – принятие или непринятие себя.

С точки зрения социологического подхода самоопределение личности – это определение человеком своего места в социуме, своей жизненной позиции с учетом не только сформировавшегося отношения к себе, но и оценки других людей, с которыми человек вступает в контакты. Данная грань процесса самоопределения личности имеет исключительное значение, поскольку ни один человек не может считать себя абсолютно свободным от общества.

Деятельностный подход к рассмотрению процесса становления личности акцентирует внимание на определении человеком собственного отношения к различным видам деятельности. Поскольку для взрослого человека важнейшей деятельностью является трудовая, в рамках этого подхода особое внимание уделяется профессиональному самоопределению личности.

Профессиональное самоопределение представляет собой процесс определения человеком своего места в сфере трудовой деятельности (с точки зрения оцениваемой привлекательности различных её видов и собственных возможностей по её осуществлению) и реализуется в двух аспектах: познание профессий и познание себя в рамках этих профессий. Данный процесс естественным образом встроен в процесс общего развития личности, отражая становление профессионала.

При этом, как подчеркивает Е.А. Климов, «это, прежде всего, путь не по должностям и постам, а путь по ступеням мастерства» [5, с. 14]. Пряжников Н.С. определяет сущность профессионального самоопределения как «нахождение личностных смыслов в выбираемой, осваиваемой или уже выполняемой трудовой деятельности, а также нахождение смыслов в самом процессе самоопределения» [9, с. 78-79].

Правильный выбор профессии позитивно влияет на жизнь человека, способствует росту самоуважения [12], укрепляет физическое и психическое здоровье [16]. Этот выбор не является простым, а критериями этого выбора являются:

- соответствие содержания работы и условий труда способностям и личностным качествам человека, а также возможностям их развития;
- оцениваемая субъектом престижность и общественная значимость работы;
- оцениваемые субъектом возможность обеспечения материального благосостояния и перспективы профессионального роста;
- реальный спрос на рынке труда на специалистов различных профессий.

Как показывает опыт, выпускники школы, выбирая направление профессиональной подготовки в вузе, не всегда способны четко оценить указанные выше критерии, их выбор часто имеет скорее романтический, чем рациональный характер, основывается на внешних привлекательных сторонах выбираемой профессии, как это имеет место, например, в отношении такого направления подготовки, как «Туризм». Известный отечественный психолог Е.П. Ильин пишет: «часто романтика профессии быстро улечивается и остаются «суровые будни», к которым человек не готов ни морально, ни физически, ни по своему психическому складу» [3, с. 271]. Более того, даже выпускники вузов часто не имеют целостного представления о своей профессии. На это указывают, например, результаты исследований, проведенных Н.А. Исаевой в педагогических вузах [4]. Это обозначает необходимость специальной работы со студентами, направленной на поддержание и развитие процессов их профессионального самоопределе-

ния, особенно на начальных курсах обучения. Анализируя актуальность такой работы в вузе, Шнейдер Л.Б. справедливо отмечает: «Система профессионального и высшего образования является центральным звеном в профессиональном самоопределении молодежи» [11, с. 149]. Тем не менее, иногда возникает вопрос о том, не является ли эта работа «попыткой захлопнуть дверь конюшни, когда лошадь уже украли»? В противопоставление такой позиции приведем следующие соображения:

во-первых, профессиональное становление является длительным процессом, а не единовременным актом выбора. Как отмечает Е.А. Климов, уточнение и корректировка профессионального выбора могут осуществляться на протяжении всей трудовой жизни человека [5]. Для того, чтобы сформировать устойчивое позитивное отношение к профессии, важна реальная возможность непосредственного участия в соответствующих трудовых процессах, что реализуется в рамках практико-ориентированного обучения;

во-вторых, процесс профессионального становления является управляемым. Американский психолог Д. Сьюпер, которого справедливо считают одним из основоположников теории профессионального самоопределения, считает, что данное управление может осуществляться как посредством формирования и развития способностей и интересов людей, так и путем поддерживая их в стремлении «попробовать» различные виды трудовой деятельности [18].

Проблема профессионального самоопределения многогранна. В отечественной и зарубежной научных школах находят развитие различные подходы к исследованию профессионального самоопределения. При этом широкое распространение получает подход, в рамках которого исследования концентрируются на мотивации профессионального выбора [14, 15]. Это не является случайным, поскольку в основе объяснения любой человеческой деятельности лежит мотивация. В настоящем исследовании была поставлена цель выявления мотивов профессионального самоопределения студентов, обучающихся на сервисных направлениях подготовки. Объектом исследования стала мотивация профессионального само-

определения студентов, поступивших на направления подготовки «Сервис» и «Туризм». Предметом исследования выступили мотивы выбора студентами будущей профессии и особенности их мотивационной структуры.

Методы и методология

Достижение цели исследования осуществлялось с использованием метода тестирования с применением теста-опросника С.С. Гриншпун [1]. Тест-опросник содержит 24 мотива выбора профессии, которые составляют три группы: мотивы, связанные с престижностью профессии; мотивы, отражающие стремление к материальному благополучию и мотивы, ориентированные на творческую реализацию (по 8 мотивов в каждой группе). Тестирование проводилось в группах студентов, обучающихся в Белгородском государственном национальном исследовательском университете на направлениях подготовки «Сервис» и «Туризм». Общая выборка тестируемых составила 86 человек. Студентам предлагалось выбрать из списка те мотивы, которыми они руководствовались при выборе направления подготовки. Интерпретация результатов тестирования осуществлялась с использованием численных методов и дополнялась качественными оценками, полученными, в том числе, на основе индивидуального собеседования со студентами. При анализе использовался сравнительный подход, позволяющий выявить отличия в мотивации профессионального самоопределения отдельных групп респондентов.

Результаты исследования

Первая задача, которая ставилась нами в исследовании, состояла в выявлении мотивационной структуры студентов с точки зрения соотношения мотивов, связанных с престижностью, материальным достатком и возможностями проявления творчества в профессии. Для определения этого соотношения мы использовали коэффициент выраженности каждой из этих групп мотивов в общей выборке респондентов, определяемый по формуле:

$$K_i = \frac{\sum B_i}{m \times n} \times 100,$$

где $\sum B_i$ – общее количество выборов мотивов i -ой группы респондентами;

m – количество мотивов в i -ой группе ($m = 8$);

n – численность респондентов.

Расчет коэффициентов выраженности мотивов мы осуществляли по выборке в целом, по отдельным направлениям подготовки («Сервис» и

«Туризм») и с учетом полового признака респондентов. Результаты расчетов представлены в таблице 1.

Табл. 1 – Показатели выраженности мотивов, %

Мотивы выбора профессии	В целом по выборке	Сервис	Туризм	Девушки	Юноши
Мотивы, связанные с престижностью профессии	41,5	41,3	41,9	40,2	41,7
Мотивы, отражающие стремление к материальному благополучию	56,0	55,8	58,8	52,2	62,8
Мотивы, отражающие творческую ориентацию	71,0	67,2	72,8	71,4	70,8

Как показали результаты исследования, в мотивационной структуре студентов доминируют мотивы, отражающие творческую самореализацию в профессии. Следующую позицию по значимости занимают мотивы, связанные со стремлением к обеспечению за счет трудовой деятельности материального благосостояния. Замыкают ряд мотивы, обусловленные оцениваемой престижностью выбранной профессии. Данное соотношение характерно как для выборки респондентов в целом, так и для отдельных выделенных ее групп с незначительными вариациями. Так, мотивы творческого плана несколько больше выражены у студентов, обучающихся по направлению подготовки «Туризм» и у девушек, а мотивы престижа профессии и мотивы, отражающие материальную сторону трудовой деятельности – у студентов, обучающихся по направлению подготовки «Туризм» и у юношей.

Прежде чем давать оценку полученным результатам, обозначим следующие важные моменты. Существуют различные подходы к выделению видов трудовой мотивации. Один из них связан с выделением внутренней и внешней мотивации [10, с. 222]. Внутренней называют мотивацию, обусловленную наличием интереса к содержанию самой трудовой деятельности. Это так называемая мотивация работой, теоретическое обоснование которой впервые было осуществлено Ф. Герцбергом [13]. Принято считать, что в основе такой мотивации лежат высшие потребности в самоак-

туализации, которые по мнению разработчика концепции самоактуализирующейся личности А. Маслоу проявляются «в желании людей реализовать себя, проявить в себе то, что в них заложено потенциально. Эта склонность может быть определена как желание в большей степени проявить присущие человеку отличительные черты, чтобы достичь всего, на что он способен» [6, с. 68]. Очевидно, что такой потребностью обладают люди, стремящиеся максимально реализовать свой творческий потенциал в работе. Отметим, что сфера сервиса в целом и туризма, в частности, позволяет людям удовлетворить данные потребности в силу высокой творческой составляющей. Д.А. Пастухова указывает: «от работника сервиса требуется максимальная гибкость, способность творчески подходить как собственно к процессу создания услуги, так и к процессу обслуживания, которые могут совпадать или не совпадать по времени в зависимости от характера услуги» [7, с. 62].

Внешней называют мотивацию, обусловленную всеми прочими потребностями, начиная от физиологических и завершая потребностями более высоких уровней: потребностей в уважении, власти, статусности и др. Считается, что мотивационная структура с преобладанием внутренней мотивации обеспечивает большую удовлетворенность профессией. С учетом этого выявленная в ходе исследования мотивационная структура студентов может рассматриваться как позитивная.

Следующая задача исследования состояла в детализации обобщающих оценок и выявлении тех мотивов выбора профессии студентами, которые для них оказались первосте-

пенными. Данная задача решалась с помощью ранжирования мотивов по значимости. На рисунке 1 представлены результаты такой оценки по выборке в целом.



Рис. 1 – Топ-10 мотивов выбора профессии по выборке в целом, в % от числа опрошенных

Ведущим мотивом выбора студентами будущей профессии является стремление сделать свою жизнь насыщенной, увлекательной, интересной. В пользу этого мотива высказалось 93% респондентов. Важно, что мотивы, занявшие три первые позиции в списке, относятся к группе мотивов, отражающих творческую ориентацию студентов при выборе профессии. Так же к этой группе относятся мотивы, занявшие седьмое и восьмое место: желание принести пользу людям и соответствие профессии способностям. Это свидетельствует о том, что студенты, с одной стороны, высоко оценивают общественную значимость своей будущей профессии, а, с другой, – при выборе будущей профессии учитывают свои способности и склонности. Мотивы, отражающие ориентацию студентов на достижение материального благополучия, заняли в ранжированном списке четвертое, шестое, девятое и десятое места. Желанием работать в престижном месте при выборе профессии руководствовались 77% респондентов, данный мотив занял пятое место в списке.

Говоря о профессиональном самоопределении, невозможно обойти стороной вопрос о ценностной основе выбора профессии. Как отмечают исследователи, личностные ценности «концентрируются в области пересечения мотивов и потребностей личности и её мировоззрения» [8, с. 969]. Существует устойчивая связь между мотивами и ценностями человека. Так, например, Е.Г. Грудистова указывает, что людям с внутренней мотивацией присущи более развитые нравственные ценности [2, с. 15]. В нашем исследовании мы не ставили задачей изучение ценностной основы выбора профессии студентами, этот аспект нашёл отражение в другой нашей публикации [17]. Однако тот факт, что мотив «желание принести пользу людям» занял шестое место из 24 мотивов, среди которых проводился выбор студентами, говорит о достаточно высокой нравственной составляющей мировоззрения студентов.

Результаты оценки значимости мотивов для студентов, обучающихся на направлении подготовки «Сервис», представлены на рисунке 2.

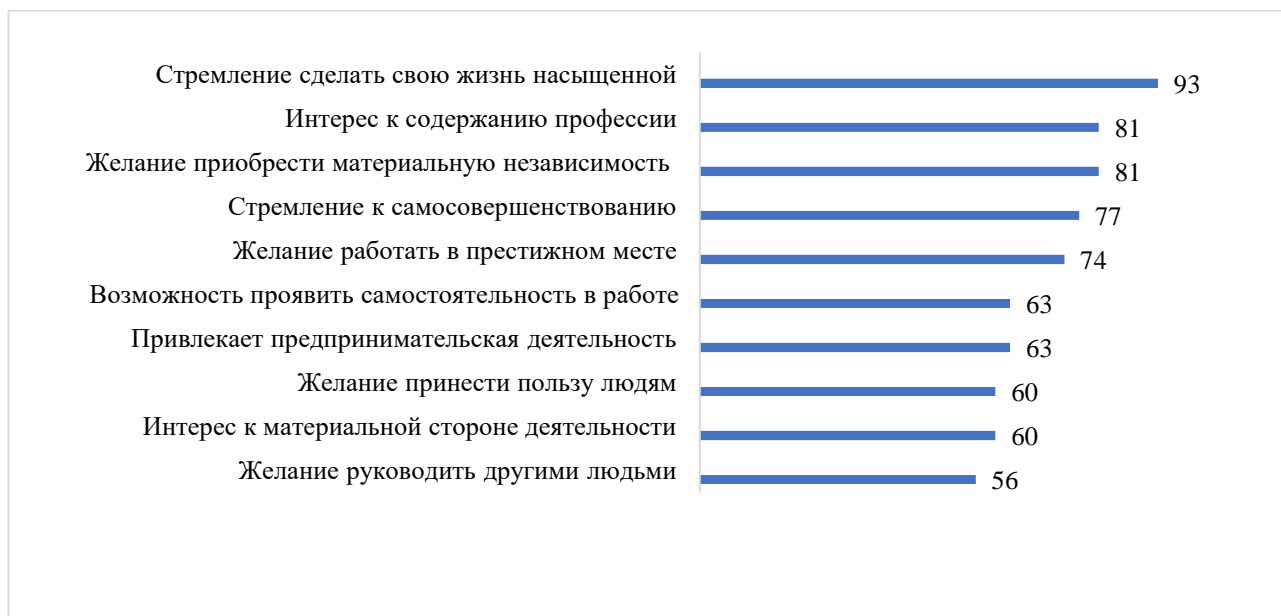


Рис. 2 – Топ-10 мотивов выбора профессии по направлению «Сервис», в % от числа опрошиваемых

Мотивация выбора профессии студентами направления подготовки «Сервис» не выходит далеко за пределы общей картины. Для них так же характерно преобладание мотивов творческой самореализации в труде. Особенностью мотивации данной группы респондентов является наличие в топ-10 мотивов: возможность проявить самостоятельность в работе и привлекательность предпринимательской деятельности (63% респондентов) и желание руководить людьми (56% опрошенных). Индивидуальные и групповые собеседования со студентами позволили выявить, что действительно многие из них ориентированы в будущем на создание собственного бизнеса в сфере услуг, при этом в качестве предпочтительных направлений деятельности они рассматривают сферу общественного питания, онлайн-торговли, фитнес-услуги и услуги красоты. Создание собственного бизнеса многие из них рассматривают как средство приобрести материальную независимость. Данный мотив послужил важной основой для выбора профессии для 81% студентов, заняв третье место в ранжированном ряду.

На рисунке 3 отражены результаты ранжированной оценки мотивов студентов направления подготовки «Туризм».

Как видно из представленных на рисунке 3 данных, все без исключения студенты, обучающи-

ся на направлении подготовки «Туризм», в качестве мотива выбора будущей профессии обозначили интерес к её содержанию. Как показывает опыт личного общения с ними, в основе такого интереса лежит мечта о путешествиях как образе жизни, что подтверждается так же тем, что мотив привлекательности внешних свойств профессии оказался значимым для 71% респондентов этой группы. Помимо прочего, это говорит о том, что мотивации их выбора профессии присущ некоторый «налет» романтичности и, соответственно, очень важно в процессе обучения создать для них реальную картину их будущей трудовой деятельности. Особенно это важно в современных условиях, когда туристская отрасль испытывает серьезные ограничения, вызванные эпидемиологической и политической обстановкой в мире. С другой стороны, рациональность выбора студентами направления «Туризм» профессии подкрепляется мотивом приобретения экономических знаний, который вошёл в топ-10.

Еще одна задача, которая ставилась нами в исследовании, состояла в сравнительном анализе мотивации студентов в зависимости от пола. Мотивационные профили девушек и юношей оказались достаточно близкими, поэтому отметим лишь некоторые наиболее важные моменты. Наиболее значимым мотивом выбора профессии для деву-

шек является интерес к содержанию профессии, а для юношей – стремление к самосовершенствованию (96 и 94% респондентов соответственно). 75% девушек при выборе профессии ориентировались на желание приобрести материальную независимость, а 76% юношей – руководствовались желанием найти удачный способ заработать. Это свидетельствует о достаточно равных позициях девушек и юношей в части стремления обеспечить собственное материальное благополучие и изменении традиционных представлений о роле-

вом поведении мужчин и женщин. Этот вывод подтверждается и достаточно высоким уровнем выраженности у девушек мотивов престижности профессии. 74% девушек при выборе будущей профессии руководствовались желанием работать в престижном месте. Что касается честолюбивых амбиций, они оказались более выраженными у юношей. Мотив «желание руководить другими людьми» занял шестое место по значимости, набрав 80% в этой выборке. У девушек данный мотив не вошёл в топ-10.



Рис. 3 – Топ-10 мотивов выбора профессии по направлению «Туризм», в % от числа опрашиваемых

Заключение

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие основные выводы.

Проведенное исследование позволяет констатировать наличие позитивной мотивации выбора профессии студентами, обучающимися на сервисных направлениях подготовки. Это определяется доминированием мотивов, обусловленных творческой ориентацией студентов и свидетельствующих о их развитой внутренней мотивации и высокой нравственной составляющей их мировоззрения. Второе место в мотивационной структуре студентов занимают мотивы, связанные с желанием достижения материального благосостояния посредством будущей профессиональной деятельности. Последнее место принадлежит мотивам, отражающим ориентацию на престижность профессии.

Наличие развитой внутренней мотивации студентов создает хорошую почву для обеспечения их личностного и профессионального развития в процессе обучения. Это, в свою очередь, требует отказа от применения традиционных методов обучения, направленных на чисто количественное приращение знаний и навыков, в пользу использования методик, ориентированных на развитие дивергентного мышления студентов, способностей решать нестандартные задачи с отступлением от стандартной логики. Существенным ограничителем творчества является излишняя физическая и эмоциональная напряженность, не позволяющая раскрыть творческое воображение. Поэтому особое значение в организации учебного процесса приобретают те формы обучения, которые позволяют создать атмосферу открытости и доверия.

Наличие в мотивационной структуре студентов достаточно выраженных мотивов, ориентированных на достижение материального благополучия, является совершенно естественным для сложившейся экономической ситуации. Общение со студентами показывает, что они обеспокоены вопросами своего будущего трудоустройства и видят выход в решении данной проблемы за счет создания собственного бизнеса. А это обозначает не только необходимость их знакомства в учебном процессе с основами предпринимательской деятельности, но и непосредственное погружение в бизнес-процессы сервиса на основе реализации практико-ориентированной модели обучения и практическую деятельность по созданию реальных бизнес-проектов и стартапов при осуществлении курсового и дипломного проектирования. Опыт такой работы активно

развивается на кафедре международного туризма и гостиничного бизнеса Белгородского государственного национального исследовательского университета.

Характеризуя в целом позитивно мотивацию профессионального самоопределения студентов, следует признать наличие некоторой романтизации профессии студентами, обучающимися на направлении подготовки «Туризм» и недостаточно четко сформированные представления будущей профессии студентами направления «Сервис». Отсюда следует важность работы по поддержанию и развитию мотивационных тенденций студентов посредством максимально полного и честного раскрытия всех сторон будущей трудовой деятельности, начиная с первого курса, чтобы выпускники были готовы к реалиям трудовой жизни.

Список источников

1. Гриншпун С.С. Стратегия поиска профессии (книга для молодежи) / С. С. Гриншпун. М.: ФГБОУ ДПО «Акад. переподготовки работников искусства, культура и туризма», 2012. 150 с.
2. Грудистова Е.Г. Методические основы управления организационной культурой // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2010. № 2 (2). С. 9-20.
3. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2011. 512 с.
4. Исаева Н.А. Профессиональные интересы и представления студентов как компоненты педагогической деятельности // Формирование компонентов педагогической деятельности будущего учителя в курсах педагогики и психологии. Сб. науч. Трудов, Тула, 1988.
5. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения / Е.А. Климов. М.: Издательский центр «Академия», 2010. 304 с.
6. Мотивация и личность. 3-е изд. / Абрахам Маслоу. СПб.: Питер, 2003. 352 с.
7. Пастухова Д.А. Развитие творческих способностей как условие профессионального становления специалистов сервиса // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3. № 4. С. 60-72.
8. Полковникова Н.Б. Мотивы и ценности студентов, выбравших педагогическую профессию // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2020. № 6. С. 868-877.
9. Пряжников Н.С. Психологический смысл труда. М., Воронеж, 1997.
10. Слинкова О.К., Поварич И.П. Методика и опыт социологического исследования удовлетворенности трудом работников предприятий // Ползуновский вестник. 2006. № 3-1. С. 221-224.
11. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: монография / Л.Б. Шнейдер. М.: МОРУ, 2001. 272 с.
12. Dore R., Meachun M. Self-concept and interests related to job satisfaction of managers // Personnel Psychology. 1983. № 26. Pp. 49-59.
13. Herzberg F. Work and the nature of man. London, Staples Press, 1968.
14. Ryan R. M., Deci E. L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being // American Psychologist, 2000. № 55(1). Pp. 68-78. doi: 10.1037/0003-066X.55.1.68
15. Ryan, R. M. et Deci, E. L. Self-determination theory. Basic psychological needs in motivation, development and wellness. New York, Guilford Press, 2017.
16. Schmitt N., Mellon P.M. Life and job satisfaction: Is the job central // Journal of Vocational Behavior. 1980. № 16 (1). Pp. 51-58.

17. Slinkova O.K., Slinkov A.M., Grudistova E.G., Koroleva I.S., Klimova T.B. Study of Value Orientations among Russian Students // *The Social Sciences*, 2015. №10. Pp. 1493-1498.
18. Super D.E. et al. *Vocational Development: a Framework of Research*. New York, 1957.

References

1. Grinshpun, S. S. (2012). *Strategiya poiska professii (kniga dlya molodezhi)* [Strategy for the search for a profession (a book for youth)]. Moscow: FGBOU DPO "Acad. retraining of workers of art, culture and tourism", 150 p. (in Russ.).
2. Grudistova, E.G. (2010). *Metodicheskiye osnovy upravleniya organizatsionnoy kul'turoy* [Methodological foundations of organizational culture management]. *Problemy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Sibiri* [Problems of socio-economic development of Siberia], 2 (2), 9-20. (in Russ.).
3. Ilyin, E.P. (2011). *Motivatsiya i motivy* [Motivation and motives]. St. Petersburg: Peter, 512 p. (in Russ.).
4. Isaeva, N.A. (1988). *Professional'nyye interesy i predstavleniya studentov kak komponenty pedagogicheskoy deyatelnosti* [Professional interests and representations of students as components of pedagogical activity]. *Formirovaniye komponentov pedagogicheskoy deyatelnosti budushchego uchitelya v kursakh pedagogiki i psikhologii*. Sb. nauch. Trudov [Formation of the components of the pedagogical activity of the future teacher in the courses of pedagogy and psychology]. *Sat. scientific works*. Tula. (in Russ.).
5. Klimov, E.A. (2010). *Psikhologiya professional'nogo samoopredeleniya* [Psychology of professional self-determination]. Moscow: Publishing Center "Academy", 304 p. (in Russ.).
6. *Motivatsiya i lichnost'* [Motivation and personality] (2003). 3rd ed. Abraham Maslow. St. Petersburg: Peter, 352 p. (in Russ.).
7. Pastukhova, D.A. (2017). *Razvitiye tvorcheskikh sposobnostey kak usloviye professional'nogo stanovleniya spetsialistov servisa* [Development of creative abilities as a condition for the professional development of service specialists]. *Nauchnyy rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa* [Scientific result. Business and service technologies], 4, 60-72. (in Russ.).
8. Polkovnikova, N.B. (2020). *Motivy i tsennosti studentov, vybravshikh pedagogicheskuyu professiyu* [Motives and values of students who have chosen the teaching profession]. *Pedagogika. Voprosy teorii i praktiki* [Pedagogy. Questions of theory and practice], 6, 868-877. (in Russ.).
9. Pryazhnikov, N.S. (1997). *Psikhologicheskiy smysl truda* [Psychological meaning of labor]. Moscow: Voronezh. (in Russ.).
10. Slinkova, O.K., & Povarich, I.P. (2006). *Metodika i opyt sotsiologicheskogo issledovaniya udovletvorennosti trudom rabotnikov predpriyatiy* [Methods and experience of sociological research of job satisfaction of enterprise employees]. *Polzunovskiy vestnik* [Polzunovskiy vestnik], 3-1, 221-224. (in Russ.).
11. Schneider, L.B. (2001). *Professional'naya identichnost': Monografiya* [Professional identity: monograph]. Moscow: MOSU, 272 p.
12. Dore R., & Meachun M. (1983). Self-concept and interests related to job satisfaction of managers. *Personnel Psychology*, 26, 49-59.
13. Herzberg, F. (1968). *Work and the nature of man*. London, Staples Press.
14. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being. *American Psychologist*, 55 (1), 68-78. doi: 10.1037/0003-066X.55.1.68
15. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory. Basic psychological needs in motivation, development and wellness*. N Y: Guilford Press.
16. Schmitt, N., & Mellon, P.M. (1980). Life and job satisfaction: Is the job central // *Journal of Vocational Behavior*, 16 (1), 51-58.
17. Slinkova, O.K., Slinkov, A.M., Grudistova, E.G., Koroleva, I.S., & Klimova, T.B. (2015). Study of Value Orientations among Russian Students. *The Social Sciences*, 10, 1493-1498.
18. Super, D.E. et al. (1957). *Vocational Development: a Framework of Research*. N. Y.

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 37.015.3

DOI: 10.5281/zenodo.7379849

КОРРЕКТИРОВКА МОТИВАЦИОННО-ФОНОВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ АДАПТАЦИИ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

ТЮФАНОВА Анна АлексеевнаРоссийский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
Старший преподаватель; e-mail: magicalgnm@mail.ru**ШЕЛАЕВА Мария Игоревна**Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
Старший преподаватель; e-mail: daisy_sha@mail.ru**САВКИНА Наталья Александровна**Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
Старший преподаватель; e-mail: owlerien@gmail.com**БАВРИНА Юлия Николаевна**Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
Преподаватель; e-mail: y.bavrina@list.ru**БАДАСЯН Ритта Алексеевна**Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
Старший преподаватель; e-mail: elaniess@gmail.com

Аннотация. На фоне продолжающегося укрепления сотрудничества со странами АСЕАН и успеха программы обучения иностранных студентов в высшей школе России, проблема адаптации студентов дальнего зарубежья выглядит наиболее актуальной. Несмотря на укрепление международных отношений, проблема аккомодации и ассимиляции студентов в микросреду высшей школы России остается неизбежной: как и раньше, студенты сталкиваются с чуждой социокультурной средой, что отражается на качестве прохождения учебной программы. В данной статье подробно рассматривается процесс адаптации иностранных студентов, разбираются этапы адаптации и проблемы, с которыми студенты сталкиваются на каждом этапе. Особое внимание уделяется факторам, влияющим на замедление интеграции студентов в социум. Рассматриваются проблемы мотивационно-фоновых характеристик студентов в процессе адаптации. На основе анализа совокупности факторов, вызывающих замедление процесса адаптации, предлагаются методические приемы, позволяющие корректировать мотивационный уровень иностранных студентов. Особое внимание уделяется роли педагога на интеграционном пути иностранного студента. Рассматриваются возможные стили педагогического общения со студентами для успешной корректировки мотивационного фона адаптивного процесса.

Ключевые слова: адаптация, ассимиляция, аккомодация, мотивация, мотивационный фон, культурная среда, невербальная коммуникация, языковая среда, интеграция.

Для цитирования: Тюфанова А.А., Шелаева М.И., Савкина Н.А., Баврина Ю.Н., Бадасян Р.А. Корректировка мотивационно-фоновых характеристик иностранных студентов в процессе адаптации в высшей школе. // *Сервис plus*. 2022. Т.16. №3. С. 84-92. DOI: 10.5281/zenodo.7379849

Статья поступила в редакцию: 06.06.2022.

Статья принята к публикации: 30.09.2022.

ADJUSTMENT OF MOTIVATIONAL AND BACKGROUND CHARACTERISTICS OF INTERNATIONAL STUDENTS IN THE PROCESS OF ADAPTATION IN HIGHER EDUCATION

Anna A. TUFANOVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Senior lecturer; e-mail: magicalgm@mail.ru

Maria I. SHELAEVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Senior lecturer; e-mail: daisy_sha@mail.ru

Natalia A. SAVKINA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Senior lecturer; e-mail: owlerien@gmail.com

Julia N. BAVRINA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Lecturer; e-mail: y.bavrina@list.ru

Ritta A. BADASIAN

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Senior lecturer; e-mail: elaniess@gmail.com

Abstract. Against the background of the ongoing strengthening of cooperation with the ASEAN countries and the success of the program of foreign students in higher education in Russia, the problem of adaptation of students from far abroad looks the most urgent. Despite the strengthening of international relations, the problem of students' accommodation and assimilation into the micro-environment of Russian higher education remains unchanged: as before, students face an alien socio-cultural environment, which affects the quality of the curriculum comprehension. In this paper the adaptation process of international students is discussed in detail, the stages of adaptation and problems which students face at each stage are analyzed. Particular attention is paid to the factors influencing the delay of students' integration into the society. The problems of motivational and background characteristics of students in the process of adaptation are considered. Based on the analysis of the totality of factors causing delay in the adaptation process, methodological techniques that allow correcting motivational level of international students are offered. Particular attention is paid to the role of the teacher on the integration path of a foreign student. Possible styles of pedagogical communication with students for successful correction of motivational background of adaptive process are considered.

Keywords: adaptation, assimilation, accommodation, motivation, motivational background, cultural environment, nonverbal communication, language environment, integration.

For citation: Tufanova A.A., Shelaeva M.I., Savkina N.A., Bavrina Ju.N., Badasian R.A. (2022). Adjustment of motivational and background characteristics of international students in the process of adaptation in higher education. Service plus, 16(3), Pp.84-92. DOI: 10.5281/zenodo.7379849 (In Russ.).

Submitted: 2022/06/06.

Accepted: 2022/09/30.

Социально-психологические и адаптивные проблемы, возникающие у студентов дальнего зарубежья, по-прежнему являются наиболее актуальной и наименее изученной темой исследований. По настоящее время вопрос интеграции студентов из стран Юго-Восточной Азии, Африки и Ближнего Востока подлежит глубокому изучению, рассмотрению и обсуждению. Интеграция иностранных студентов в среду высшей школы России является важным аспектом в развитии современной системы образования и представления отечественной образовательной науки на мировом уровне.

Сотрудничество стран АСЕАН и России в последние годы неизменно укрепляется и Российский Государственный Университет Туризма и Сервиса играет не последнюю роль в формировании крепких партнёрских отношений. На базе РГУТИС с 2010 реализуется программа изучения русского языка для студентов стран АСЕАН. Помимо языковых курсов, главной целью программы является выстраивание продуктивного делового сотрудничества между туроператорами России и стран АСЕАН, формирование общих туристических продуктов, укрепление международного взаимодействия. Студенты стран АСЕАН ежегодно приезжают в Россию в рамках данной программы и сталкиваются с ожидаемыми проблемами адаптации в Высшей Школе России.

Адаптация – это процесс взаимодействия системы и изменения среды, нацеленный на приспособление к новым условиям. Если речь идёт о человеке, под «адаптацией» принято принимать реактивные процессы человека на изменение условий нахождения [1]. Большинство наук, изучающих человека, занимаются вопросами адаптации. Стоит отметить, что философия, педагогика, психология, медицина и другие науки рассматривают это понятие как непосредственное взаимодействие индивида и окружающей среды. Существует множество аспектов процесса адаптации в зависимости от элементов среды, влияющих на реакцию человека. Например, адаптация человека в новом социуме имеет определение социальной адаптации. Частный случай социальной адаптации – адаптация иностранных студен-

тов, прибывающих в Россию на обучение, к условиям российской системы образования.

Оказавшись в незнакомой социальной среде, иностранные студенты сталкиваются с комплексом проблем, определяющих процесс адаптации. Как и у любого психологического процесса, у адаптации можно выделить несколько этапов. Первостепенное значение, безусловно, имеет первый этап социальной адаптации, который длится 10 месяцев и является фундаментом для выстраивания успешных отношений студента с новой социальной средой. Более того, последующие этапы адаптации зависят от успеха реализации начального этапа [3].

Первые впечатления от новых условий окружающей социальной среды иностранные студенты получают в первую очередь от лиц, с которыми они взаимодействуют в стенах учебного заведения. Общение с педагогическим коллективом и сотрудниками высшего учебного заведения редко проходит легко в силу существования языкового барьера, на преодоление которого и является целью первого этапа адаптации [1].

Практика работы с иностранными студентами показывает, что значительная часть успеха напрямую зависит от первого впечатления, которое складывается у иностранного студента в результате его общения с сотрудниками факультета и другими студентами в сложнейших условиях межкультурного взаимодействия. Последующие этапы адаптации к условиям высшего обучения в России, а так же к социально-профессиональной ориентации зависят не только от успеха начального этапа, но и от индивидуальных социально-психологических характеристик студента.

Исследователи выделяют четыре степени адаптации.

Первая степень адаптации в некотором смысле ограничивается внешними признаками интеграции [4]. Столкнувшись и ознакомившись с системой норм и правил поведения, характерной для определенного общества, человек внутренне не принимает данную систему и продолжает действовать в соответствии со сложившимися ранее установками, воздерживаясь, однако. Действует он при этом не демонстративно.

Вторая степень – человек и социум в равной мере осознают наличие отличий в системах норм и установок поведения, не меняя при этом самих моделей поведения. Практика показывает, что со временем одна из сторон становится преобладающей. Третья и четвертая степени схожи по концепции и переход между ними происходит незаметно. Они характеризуются частичным или полным принятием индивида правил и устоев социальной среды.

На развитие процесса адаптации влияет множество факторов, субъективных и объективных. Немаловажным фактором являются и индивидуальные особенности студента, его ожидания, структура интересов, опыт межличностных отношений, социально-психологическая атмосфера в условиях межнациональной группы.

Отдельно необходимо обратить внимание на национально-психологические особенности студентов. Речь идет о существовании некоторых характерных поведенческих черт, свойственных представителям определенных национальностей, формирование которых обусловлено многовековыми общественными нормами и установками поведения в тех или иных ситуациях [5]. При работе с иностранными студентами критически важно учитывать их национальные особенности.

Другим немаловажным фактором является психолого-мотивационный фон, которым сопровождается весь процесс адаптации. Повышение мотивации любого студента – первостепенная задача, которую перед собой ставит практически любая методика преподавания. Конечной целью каждого этапа адаптации студента с педагогической точки зрения является успешное усвоение учебного материала и социализация в условиях «инородной среды». Неудивительно, что проблема корректировки мотивационного фона процесса адаптации и, как следствие, обучения, подлежит повсеместному изучению и рассмотрению. Внутренняя мотивация преодолеть сложности – залог успешной работы. В случае с иностранными студентами, вопрос мотивационного фона стоит особенно остро, в виду того, что корректировка мотивации сводится не столько к повышению мотивационного познавательного уровня, сколько к мотивации, направленной на процесс адаптации,

который и является ключевым фактором включения когнитивных процессов.

Проблема корректировки мотивационного фона процесса адаптации и обучения иностранных студентов заключается в том, что большинство преподавателей не адаптируют устоявшуюся методику преподавания, зарекомендовавшую себя при работе со студентами из России. Замечая недостаток интереса со стороны иностранных студентов, преподаватель использует привычные приемы для повышения мотивации. Зачастую, использование привычных методов и техник не оказывает должного влияния на мотивационный уровень иностранных студентов.

Существует множество исследований, отечественных и зарубежных, описывающих методы и методики работы с иностранными студентами, однако немногие из них освещают проблему эмоциональных и психологических трудностей, с которыми сталкиваются иностранные студенты в процессе адаптации. Таким образом, проблема корректировки уровня мотивации иностранных студентов рассмотрена в меньшей степени и заслуживает пристального внимания.

В научном сообществе проблема корректировки мотивации остается одной из самых неоднозначных. Это обусловлено многогранностью самой проблемы и разницы в подходах к решению поставленных задач.

Понятие «мотив» в современных исследованиях рассматривается как комплекс импульсов и установок, побуждающих к целенаправленной деятельности [1]. При рассмотрении понятий «мотив», предоставленных различными исследователями, необходимо отметить, что, в зависимости от предмета исследования, определение мотива варьируется от эмоций до убеждений и идеалов [6].

Некоторые исследователи утверждают, что существует ряд факторов, влияющих на мотивационно-фоновые характеристики человека, которые не побуждают к деятельности, но являются потенциальными установками на действие, требующими определенного «триггера» для активации [5]. Такие потенциальные или «недеятельностные» мотивы представляют собой ряд ценностей, интересов, отношений, смыслов, установок

и убеждение. Существуют также второстепенные предпосылки целенаправленной деятельности, такие как потребность. Объединяет все эти явления факт выражения пристрастного или субъективного отношения человека к аспектам окружающей его действительности.

Понятия «мотив» и «мотивация» не тождественны. Мотивация – это в первую очередь комплекс внешних и внутренних побуждений, влияющих на поведение. С точки зрения педагогики, мотивация определяется наличием или отсутствием внутренних систем и установок, нацеленных на активацию познавательного интереса, глубокое самостоятельное овладение материалом, совершенствование навыков и умений.

Существует комплекс мотивов, включенных в структуру мотивационного фона, позволяющих определить личное отношение студента к процессу обучения [6]. Взаимосвязи мотивов, воздействующих на принятие решений и непосредственную активность, представляют собой сложную связь не различных явлений. Стоит отметить, что сложность изучения мотивационного фона учебной деятельности в частности, заключается в определенной случайности явлений и процессов, влияющих на комплекс мотивов конкретного индивида.

Мотивационно-фоновые характеристики человека раскрываются в виде комплекса рефлексивно-реактивных отношений человека во время взаимодействия с окружающей средой. Составляющие такого комплекса не могут быть равнозначны. Это обусловлено существованием доминирующих отношений и факторов, влияющих на мотивационный фон в целом. Другие факторы оказывают влияние на целенаправленную активность в меньшей степени. Доминирующие и второстепенные факторы варьируются в зависимости от контекстной ситуации.

В данной статье авторы рассматривают, в первую очередь, мотивационный фон в условиях учебной деятельности. В рамках учебной деятельности мотивы необходимо рассматривать как основополагающую характеристику деятельности, подлежащую корректировке с помощью воздействия внешних и внутренних факторов.

Для успешной корректировки мотивационного фона в первую очередь необходимо проанализировать содержание мотивационного фона. Концепции мотивов содержит разнообразные подгруппы в зависимости от основы побуждения. Так, по отношению к непосредственной активности концепция мотивов может включать в себя внутренние мотивы, связанные с непосредственной учебной деятельностью, и внешние, связанные с факторами вне непосредственной учебной деятельности.

Внешние мотивы не связаны с субъективным восприятием учебного материала. Это в первую очередь социальные факторы: чувство долга, желание быть оцененным, поощрение познавательного интереса. Внутренние мотивы напрямую зависят от содержания учебного материала: желание освоить материал, овладеть новыми навыками, интерес к изучаемой дисциплине, ориентация на успешный результат познавательной деятельности, самостоятельное выявление существующих закономерностей или взаимосвязей в учебном материале, самостоятельная познавательная деятельность [8].

Отдельное внимание следует обратить на феномен формирования познавательного интереса, иными словами, заинтересованности в изучении нового материала. Познавательный интерес можно выделять в качестве отдельной подгруппы комплекса мотивационных факторов. Его можно представить скорее как разнородность мотива, так как он выполняет во многих случаях функцию мотива [6]. Такая дифференциация мотивационно-фоновых характеристик позволяет реализовать всестороннюю корректировку мотивационного фона.

На основе наблюдений иностранных студентов РГУТИС и проведения стандартных устных и письменных опросов, нами были рассмотрены основные социально-психологические и мотивационные проблемы успешной адаптации, которые оказывают существенное влияние на психологическое состояние учащихся. Был определен уровень дискомфорта, являющийся одним из важнейших обстоятельств аккомодации студентов к учебной группе. В зависимости от нацио-

нальности, уровня тревожности и других внешних факторов степени адаптации различались, однако было выявлено повсеместное снижение мотивационного уровня студентов.

Причины снижения мотивационного уровня варьируются, однако исследование позволяет выделить следующие девиации внутренних комплексов мотивации:

– учебно-профессиональная мотивация. В первую очередь снижение данной мотивации обусловлено существованием языкового барьера и проблемами в овладении языка будущей специальности. Языковой барьер снижает качество получения профессиональных знаний и препятствует самостоятельному поиску причинно-следственных связей в учебном материале. Это особенно заметно при сравнении реакций студентов первых и последующих курсов; однако немаловажным фактором здесь является подготовленность педагогов и сотрудников к работе с иностранным контингентом.

– коммуникативная. Данный тип снижения мотивации связан с самоорганизацией студентов в «национальные» группы, что замедляет скорость адаптации и препятствует процессу аккомодации в новую языковую и культурную среду.

– интеграционная. Снижение интеграционной мотивации напрямую связано с отсутствием коммуникативной мотивации, однако затрагивает более широкие аспекты адаптации: здесь мы рассматриваем не социализацию студентов в группе сверстников, а проявляемый иностранными студентами интерес к культурно-национальным особенностям страны пребывания, формировать позитивное отношение к образу жизни, традициям, поведению и т.д.

Из этого следует, что мотивационные процессы взаимосвязаны: недостаток средств коммуникации приводит к отчуждению от социальной среды пребывания, что препятствует процессу аккомодации.

Оказать полноценное влияние на коммуникативную и интеграционную мотивации преподаватель не может в рамках выстраивания отношений со студентами. Однако, как было сказано выше, влияя на учебно-профессиональную коммуникацию, преподаватель может задать импульс

для дальнейшего развития уровня вовлеченности студента и, таким образом, для корректировки мотивационно-фоновых характеристик студента на любом этапе адаптации.

Стоит отметить, что основная педагогическая работа с иностранными студентами должна быть направлена в первую очередь на преодоление языкового барьера и улучшения коммуникативного фона учебного процесса. Среди методических приемов направленных на это, можно назвать следующие:

1) Повсеместное использование специально отобранных аутентичных материалов, отвечающих уровню владения языком и затрагивающие культурно-национальные интересы учащихся. Тщательный отбор и адаптация текстов печатной продукции, аудио- и видеоматериалов, наглядных материалов создает позитивную среду для формирования вовлеченности студента в процесс овладения материалом образовательной программы.

2) Внедрение элементов культурно-познавательных материалов при организации учебного процесса. Тексты, комментарии, примеры, включающие в себя информацию о русской культуре, истории и реалиях жизни страны пребывания способствуют формированию положительного отношения к условиям среды, в которых оказываются иностранные студенты. Немаловажно ознакомительное использование произведений отечественной художественной литературы. Данные элементы позволяют студенту на конкретных примерах контекстных ситуаций оценить базовые установки и нормы поведения, принятые в стране пребывания. Тем не менее, важно учитывать существующий недостаток знаний и информации для адекватного восприятия некоторых национальных норм и культурных ценностей. Здесь необходимо оказывать поощрение на самостоятельное проведение сравнительного анализа двух культур: вовлекать иностранных учащихся в открытые дискуссии по тем или иным вопросам, объяснять те или иные особенности социальные и исторические ситуации, реалии быта. Акцентировать внимание следует в первую очередь на совпадениях в общечеловеческих ценностях, присущих всем народам вне зависимости от времени,

исторических, культурных и национальных особенностей. Непрерывающийся диалог с иностранными учащимися позволит педагогу выявить уровень готовности студента к восприятию вводимого материала.

3) Составление заданий, ориентированных непосредственно на особенности восприятия иностранных учащихся. Задания эти не должны быть стандартизированы, так как существует необходимость выявлять степень понимания учебного материала с точки зрения уровня владения языком, а так же национально-культурной семантики языковых единиц. Здесь возможна широкая работа с устойчивыми языковыми структурами и их внедрение в изучаемый материал. Нормы речевого и поведенческого этикета также следует включать в задания в фоновом режиме. Составление заданий, направленное на интеграцию изучения русского языка в другие предметы, впоследствии стимулирует коммуникативную мотивацию студента на ранних этапах адаптации. Необходимо также расширять задания составлением ассоциативных рядов, особенно в отношении вводимых новых понятий и определений. Это позволит учащемуся найти индивидуальный путь к пониманию материала и повысит уровень уверенности в способности осознать получаемые сведения.

4) Вовлечение иностранных учащихся в обсуждения, связанные с условиями реализации учебной программы. Необходим индивидуальный подход к каждому студенту в виду того, что проблемы адаптации субъективны и имеют свои особенности у каждого конкретного учащегося. Поощрение студента к выражению своего мнения относительно учебного материала или концепции организации учебного процесса позволит проанализировать и скорректировать педагогическую деятельность.

5) Создание искусственных проблемных коммуникативных ситуаций в рамках аудиторных занятий с целью контролируемого разрешения конфликтов и трудностей коммуникации на практических занятиях. Обязательно последующее обсуждение принятых коммуникативных решений, анализ и проведение параллелей между культурными подходами в той или иной ситуации.

6) Проведение сравнительного анализа факторов восприятия картины мира: сопоставление разнообразных событий и явлений с точки зрения национальных и культурных особенностей. Такой анализ наиболее целесообразно проводить в рамках групповой работы.

7) Организация проектных групповых работ с обязательной интеграцией иностранных учащихся в группы русских студентов. Тематику проектной деятельности необходимо расширять таким образом, чтобы иностранный студент смог применить знания своей культуры и реалий в изучаемом вопросе, таким образом преподаватель стимулирует коммуникативную мотивацию иностранных обучающихся и одновременно воздействует на окружающую социальную среду.

Одним из сложнейших аспектов коммуникативной мотивации принято считать проблемы, связанные с пониманием и воспроизведением невербального поведения в условиях инородной социальной среды. Таким образом, одной из задач преподавателя, работающего с иностранными студентами, является демонстрация норм невербального поведения и этикета. Более того, преподавателю необходимо побуждать студентов к самостоятельному анализу компонентов невербальной коммуникации. Иностранному учащемуся можно привить наблюдательность и интерес к сопоставительному оцениванию значимости и подтекста жестов, свойственных для окружающего социума. Постепенно иностранный студент сможет оперировать средствами невербальной коммуникации для достижения более высокого уровня выражения своих мыслей, эмоций, намерений. Объясняя это, необходимо отмечать, что понимание национальной невербальной коммуникации приведет к снижению эмоционального напряжения при общении с русскими студентами и преподавателями. Это, в свою очередь, является важным звеном в процессе аккомодации.

Как показывает опыт, иностранные студенты, приезжающие на обучение в Россию, изначально проявляют глубокий интерес к стране пребывания: они проявляют познавательный интерес к изучению культуры, географии, истории и литературы России. Зачастую этот интерес удовле-

творяется исключительно на занятиях по изучению русского языка как иностранного. Однако в процессе адаптации недостаточно участия преподавателей русского языка. Таким образом, всем преподавателям, работающим с группами иностранных студентов, необходимо проявить достаточно понимания и гибкости применяемых методик, чтобы корректно воздействовать на мотивационный фон студентов. Тем не менее, недостаточным считается сухое применение вышеуказанных методик. Общение педагогов с иностранными студентами играет ключевую роль на первых этапах адаптации и значительную роль на последующих этапах.

Процесс адаптации иностранных студентов к микросреде высшей школы России и сроки его реализации напрямую зависят от формы и стиля педагогического общения. Общение преподавателя и иностранного студента формирует атмосферу и внешнюю среду образовательного процесса, оказывает влияние на мотивационный фон процесса адаптации, управляет эмоциональными, социальными и психологическими процессами в многонациональных группах. Таким образом, преподаватель имеет ключевые возможности по улучшению образовательной среды для иностранного студента, корректировки уровня мотивации. Преподаватель может использовать личностные качества для создания максимально комфортных условий адаптации и обучения. При этом следует понимать, что ключевым аспектом педагогического общения с иностранными учащимися является искреннее желание преподавателя выявить потребности и интересы студента для дальнейшей организации учебного процесса.

В случае, если преподаватель проявляет искренний интерес к личности иностранного студента, уважает и принимает его культуру и национально-культурные особенности поведения, результат педагогической деятельности в процессе адаптации будет значительно выше.

Безусловно, существуют определенные сложности реализации педагогического общения с иностранными учащимися. В частности, это проблема языкового барьера на разных этапах овладения студентом русского языка. Скорость и полнота коммуникации на этом фоне снижается,

что приводит к психологическому барьеру между преподавателем и иностранным студентом [10].

Чтобы улучшить фон педагогического общения с иностранными студентами, преподавателю необходимо проявить максимальное терпение и в своей деятельности акцентировать внимание на следующие аспекты:

- интеграция студентов в активный процесс обучения. Создание ситуаций, при которых преподавателю требуется помощь в разборе того или иного материала. Поощрение инициативы студентов, учет их интересов, активная помощь в решении возникающих проблем. Такой стиль педагогического общения позволяет студентам стать более инициативными, активными и автономными;

- демонстрация коммуникативных навыков, объяснение аспектов невербальной коммуникации, открытость к объяснению тех или иных коммуникативных приемов;

- анализ собственного эмоционального состояния и глубокое понимание состояния студента в условиях адаптации;

- умение контролировать свои эмоции, управлять настроением и преодолевать стрессовые состояния;

- проявление положительных эмоций, трансляция благоприятного отношения и понимания состояния студента;

- совершенствование владения навыками невербальной коммуникации и коммуникативными навыками в условиях затрудненного общения;

Итак, стиль и форма общения между иностранными педагогами и студентами определяется прежде всего индивидуальными характеристиками преподавателя, его способностью к восприятию и анализу состояния студента. Не последнюю роль играют комплексные знания о процессе адаптации и его этапах и степенях.

Таким образом, можно заключить, что преподаватель играет ключевую роль в корректировке мотивационного фона на любом этапе адаптации иностранного студента. В случае, если преподаватель уделяет достаточно внимания и адекватно воспринимает трудности, с которыми иностранные студенты сталкиваются в процессе ин-

теграции, он способствует укреплению у студента внутренней мотивации, что приводит к постепенному обретению автономности студента, способности проходить процесс адаптации самостоятельно, руководствуясь, в первую очередь, внутренними мотивами. И чем больше преподавателей ВУЗа обращают внимание на все особенно-

сти адаптивного процесса, тем выше успеваемость студентов, возрастает вероятность достижения ассимиляции, необходимой для изначальной цели прибытия студента на обучение в Россию: укрепления межнационального сотрудничества и успешного сотрудничества.

Список источников

1. Асеев В.Г. Мотивация поведения и формирование личности. // М.: «Мысль», 2004. - 40 с.
2. Андреев В.И. Педагогика. // Казань: «Центр Инновационных Технологий», 2000. - 342 с.
3. Берри Дж. Иммиграция, аккультурация и адаптация // М: «Прикладная психология: международный обзор», 1997 - с.5-36
4. Харченкова Л.И. Отбор методов и приемов обучения русскому языку как иностранному в контексте диалога культур // СПб.: Современные методы преподавания. Ч.П., 1997. – 211 с.
5. Газилов М.Г. Актуальные аспекты гендерно ориентированного подхода при обучении французскому языку // Сборник материалов Всероссийской научно - практической конференции «Теория и практика реализации гендерного подхода в образовании». М.: Изд. «Физматкнига», 2016. - 295-300 с.
6. Ковалев В.И. Мотивы поведения и деятельности. // М.: Изд. «Наука», 1988. - 193 с.
7. Игнатенко Н.А. Факторы формирования иноязычной социокультурной компетенции будущего учителя - // Воронеж изд. «Педагогика», 2000. - 342с.
8. Васюкова Е.Е. Уровни развития познавательной потребности // М: «Вопросы психологии». 1984. - 172 с.
9. Марковина И.Ю. Влияние национальной специфики языка и культуры на процесс межкультурного общения // М: «Речевое общение: проблемы и перспективы» 1983. - 214с.
10. Ключина А.М. Психолого-педагогические аспекты адаптации студентов к учебному процессу в вузе // Кишинев: «Штиинца», 1990. – 114с.

References

1. Aseev V. G. Motivatsiya povedeniya i formirovanie lichnosti [Behavior motivation and personality formation]. M.: Mysl, 2004 - pp.40
2. Andreev V.I. Pedagogika [Pedagogy]. Kazan: Center of Innovative Technologies, 2000 - pp.342
3. Berry J.W. Immigratsiya, akkulturratsiya i adaptatsiya [Immigration, acculturation and adaptation]. Applied psychology: An international review, 1997. Vol 46(1). pp. 5 - 34.
4. Kharchenkova L.N. Otbor metodov i priemov obucheniya russkomu yazyku kak inostrannomu v kontekste dialoga kul'tur [Selection of Methods and Techniques for Teaching Russian as a Foreign Language in the Context of Dialogue of Cultures]. Modern teaching methods. Ch.P. – Saint Petersburg, 1997. – pp.211
5. Gazilov M. G. Aktual'nye aspekty gendernogo orientirovannogo podkhoda pri obuchenii frantsuzskomu yazyku [Current aspects of a gender-oriented approach in teaching French]. Collection of materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference "Theory and Practice of Gender Approach Implementation in Education": Moscow: Fizmatkniga Publishing House, 2016 - pp. 295-300.
6. Kovalev V.I. Motivy povedeniya i deyatel'nosti [Behavior and activity motivation]. M: Science, 1988 – pp.193
7. Ignatenko N.A. Faktory formirovaniya inoyazychnoi sotsiokul'turnoi kompetentsii budushchego uchitelya [Formation factors of foreign-language socio-cultural competence for a future teacher]. Voronezh: Pedagogy 2000. - pp.342.
8. Vasukova E.E. Urovni razvitiya poznavatel'noi potrebnosti [Development levels of cognitive needs]. M: Psychological issues, 1984. – pp. 172
9. Markovina I.J. Vliyanie natsional'noi spetsifiki yazyka i kul'tury na protsess mezhkul'turnogo obshcheniya [The influence of national specifics of a language and culture on the process of intercultural communication]. M: Speech Communication: Problems and Prospects, 1983. – pp. 214
10. Klushina A.M. Psikhologo-pedagogicheskie aspekty adaptatsii studentov k uchebnomu protsessu v vuze [Psychological and Pedagogical Aspects of Student Adaptation to the Educational Process in Higher Education: (Collected Papers)]. Kishinev: Stiinza, 1990. – pp.114

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ / SCIENCE AND EDUCATION

УДК 372.881.1

DOI: 10.5281/zenodo.7379896

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОДХОДОВ ПСИХОЛОГО-
ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ
В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**ТЮФАНОВА Анна Алексеевна**

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Старший преподаватель; e-mail: magicalgnm@mail.ru

ШЕЛАЕВА Мария Игоревна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Старший преподаватель; e-mail: daisy_sha@mail.ru

САВКИНА Наталья Александровна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Старший преподаватель; e-mail: owlrien@gmail.com

МАМОНТОВА Юлия Юрьевна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Преподаватель; e-mail: leithryl@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема педагогического управления в условиях дистанционного обучения в высшей школе. Введение повсеместного использования дистанционного обучения в высшие учебные заведения России стало неожиданным и вынужденным явлением. Методы работы в условиях аудиторных занятий, перенесенные на облачные платформы сети Интернет в режиме реального времени, не были в той же степени эффективны с точки зрения управления и контроля. В данной статье приводится анализ концепции современного дистанционного формата. Авторы делают предположение, что современный дистанционный формат обучения позволяет увеличить самостоятельную учебно-познавательную активность студента за счет неограниченного быстрого доступа к информационным массивам непосредственно во время проведения занятия. Таким образом, для достижения максимально эффективного результата дистанционного обучения авторы предлагают пересмотреть роль преподавателя в условиях дистанционного обучения. В первую очередь предлагается внести изменения в уровень педагогического управления. Отмечается важность овладения учащимися навыками самостоятельной поисковой и учебной деятельности. На базе исследования авторы предлагают векторы развития трансформации педагогического управления и общения.

Ключевые слова: дистанционное обучение, педагогическое управление, педагогическое общение, опосредованное управление, оперативное управление, самообразование, учебно-познавательная деятельность, невербальная коммуникация.

Для цитирования: Тюфанова А.А., Шелаева М.И., Савкина Н.А., Мамонтова Ю.Ю. Трансформация подходов психолого-педагогического управления в условиях дистанционного обучения. // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 93-101. DOI: 10.5281/zenodo.7379896

Статья поступила в редакцию: 06.06.2022.

Статья принята к публикации: 30.09.2022.

TRANSFORMATION OF PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL MANAGEMENT APPROACHES IN DISTANCE LEARNING CONDITIONS

Anna A. TUFANOVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Senior lecturer; e-mail: magicalgnm@mail.ru

Maria I. SHELAEVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Senior lecturer; e-mail: daisy_sha@mail.ru

Natalia A. SAVKINA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Senior lecturer; e-mail: owlerien@gmail.com

Julia Ju. MAMONTOVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
Lecturer; e-mail: leithryl@gmail.com

Abstract. This paper examines the problem of pedagogical management in the conditions of distance learning in higher education. The introduction of widespread use of distance learning in higher education institutions in Russia was an unexpected and forced phenomenon. The methods of work in classroom conditions, transferred to the on-line cloud platforms of the Internet, were not as effective in terms of management and control. This article provides an analysis of the concept of the modern distance-learning format. The authors make the assumption that the modern distance learning allows to increase the independent learning and cognitive activity of the student due to unlimited rapid access to information arrays directly during the lesson. Thus, in order to achieve the most effective result of distance learning, the authors propose to reconsider the role of the lecturer in a distance learning environment. First of all, it is proposed to make changes in the level of pedagogical management. The importance of students' mastering the skills of independent search and learning activities is noted. On the basis of the study the authors propose vectors of development of the transformation of pedagogical management and communication.

Keywords: distance learning, pedagogical management, pedagogical communication, mediated management, operational management, self-education, learning and cognitive activities, nonverbal communication.

For citation: Tufanova A.A., Shelaeva M.I., Savkina N.A., Mamontova Ju.Ju. (2022). Transformation of psychological and pedagogical management approaches in distance learning conditions. *Service plus*, 16(3), Pp.93-101. DOI: 10.5281/zenodo.7379896 (In Russ.).

Submitted: 2022/06/06.

Accepted: 2022/09/30.

Процесс повсеместной мировой информатизации общества значительно ускорился в годы пандемии Covid-19. Множество людей по всему миру вынуждены были перенести значительную часть коммуникации в Интернет. Дистанционное функционирование затронуло практически все сферы жизни человека.

Таким образом, ускорилось развитие концепции постиндустриальной цивилизации, характеризующее информационное общество, как общество, основанное на знании и непрерывном обучении. Не стала исключением и высшая школа России. За прошедшие два года преподаватели и студенты неоднократно были вынуждены проводить занятия с использованием современных информационных технологий и сети Интернет.

С одной стороны, информационные технологии стремительно накапливали новые знания и способы реализации быстрого к ним доступа задолго до пандемии. С другой стороны, вынужденный переход на дистанционное обучение наглядно продемонстрировал серьезные проблемы, возникающие при попытке качественно и продуктивно использовать накопленные информационные кластеры.

За последние годы информационная среда стала богаче, однако умение ее использовать требует от преподавателя не только готовности адаптироваться к меняющимся условиям, но и способности к более серьезному рассмотрению построения педагогического подхода, который составляет базовый компонент основы процесса обучения.

В системе образования высшей школы тема использования информационных технологий не нова. Все преподаватели, в той или иной степени, используют инновационные технологии и современные средства коммуникации в рамках аудиторной практики. Однако, большинство преподавателей не было готово к глобальным изменениям традиционного учебного процесса и перехода всех занятий на дистанционный формат. И, если с освоением организационно-дидактических основ проблем не возникало, тем не менее, психолого-педагогические и методические наработки, прекрасно показывающие себя на аудиторных занятиях, в условиях дистанционного обучения

вызвали у педагогов определенное недопонимание происходящих изменений в качестве работы.

Тем не менее, дистанционный образовательный формат проявил себя как вполне допустимый и, в некоторых случаях, даже превосходящий аудиторные занятия в аспектах использования информационных технологий и быстрого доступа к большому количеству дополнительного учебного материала для всех участников образовательного процесса. Можно предположить, что данный формат постепенно будет развиваться и внедряться в систему образования России в целом, и в высшую школу в частности. Уже сейчас многие высшие учебные заведения допускают возможность прохождения учебной программы дистанционно для студентов заочного отделения.

Это позволяет авторам предположить наличие необходимости глубже изучать изменения подходов психолого-педагогического управления и выстраивания дидактической системы в условиях дистанционного обучения.

Прежде всего, необходимо описать концепцию внедренного формата дистанционного обучения. До 2020 года существовало множество форматов, предполагавших различные отношения между педагогом и учащимся. Разница отношений сводилась к определению степени педагогического контроля и управления познавательной деятельностью студента, а также к степени самостоятельной работы студентов и формы контроля результатов познавательной деятельности. Тем не менее, в условиях экстренного перехода на дистанционный формат, большинством высших учебных заведений России было принято решение переноса очных занятий на интерактивные платформы в полной мере: преподаватели проводили практические занятия в режиме реального времени. Уровень самостоятельности учащихся ограничивался стандартами аудиторных занятий: самостоятельная работа студента оставалась в границах выполнения выданных заданий с последующим контролем качества выполнения. Таким образом, главной концепцией повсеместно действовавшего дистанционного формата обучения было полное овладение образовательной программой под прямым педагогическим управлением. Тем не менее, следует отметить, что наличие

неограниченного доступа к информации в режиме реального времени позволяло преподавателю ослабить педагогическое управление и предоставить студенту больше пространства для закономерных процессов самообразовательной деятельности, так как классический формат дистанционного обучения в основном ориентирован непосредственно на самостоятельную деятельность обучающихся.

Из этого следует, что центральная задача дистанционного обучения совпадает с задачей традиционной формы обучения. Это в первую очередь создание надлежащих условий учебно-познавательной деятельности в условиях педагогического управления и контроля, не исключая формирование навыка организации качественной самостоятельной и самообразовательной деятельности. Следовательно, необходимо определить специфику подсистемы учебно-познавательной деятельности в рамках дистанционного обучения и обнаружить её влияние на другие составляющие всей системы деятельности. Это позволит определить факторы влияния на её эффективное существование и реализацию учебных программ. Последнее необходимо понимать как достижение максимальных результатов обучения, иными словами, полное овладение учебным материалом каждым учащимся.

Учебно-познавательная деятельность – это совокупность элементов человеческой деятельности, направленных главным образом на овладение комплексом новых знаний и умений [5].

Специфика учебно-познавательной деятельности в условиях дистанционного обучения основывается на двух решающих факторах.

Первый фактор – самостоятельный характер поиска и овладения значительным комплексом знаний, умений и навыков в рамках содержания образовательной программы. Современные технические и информационно-технологические средства позволяют педагогу отступить от роли единственного источника информации образовательного процесса. Информация и необходимые материалы содержатся в бесчисленных базах данных сети Интернет. Условия автономии каждого студента напрямую зависят от навыка конкрет-

ного студента работать с большими объемами информации. Эти навыки варьируются таким образом, что межличностное общение в группе приобретает решающее значение: роль совместного поиска и отбора информации заставляет студентов взаимодействовать, делиться навыками и информацией, что является в некотором смысле одним из элементов самообразования. К сожалению, полный доступ к информационному массиву в условиях самостоятельной деятельности одновременно можно назвать и недостатком: выделение необходимой конкретной информации, как правило, вызывает затруднения, не говоря уже о существовании огромного количества недостоверной информации в сети. Это может нанести серьезный ущерб результатам самостоятельной индивидуальной или групповой работы.

Самостоятельная познавательная деятельность в рамках дистанционного обучения не ограничивается поиском информации. Фактически, это комплексный процесс овладения знаниями, определяемый в первую очередь наличием познавательной или практической задачи. Такой процесс требует интеллектуальной деятельности, творческой активности и глубокой познавательной заинтересованности в решении поставленной проблемы. При этом необходимо понимать, что поставленная цель должна строго соответствовать логике учебного процесса, обусловленной, в свою очередь, содержанием изучаемого материала.

Самостоятельная реализация научно-познавательной деятельности – это навык, развитие которого происходит индивидуально и подвержено не только влиянию образовательного опыта и мотивационного фона, но и особенностям личности студента [8].

Для успешной трансформации психолого-педагогического управления в условиях дистанционного обучения преподавателю необходимо анализировать и корректно определять уровень самостоятельной реализации научно-познавательной деятельности. Существует три уровня познавательных умений.

Первый уровень. Низкий уровень познавательных умений характеризуется ярко выраженными затруднениями, возникающими у студента

при самостоятельном процессе обучения. Такие студенты, как правило, тщательно и без отступлений выполняют задание преподавателя и не склонны к рефлексии и самостоятельной оценке деятельности. Их познавательная деятельность полностью зависит от педагогического управления и контроля.

Второй уровень. Средний уровень познавательных умений дифференцируется выраженным навыком реализации самостоятельной работы, которая, однако, ограничена потребностью в определении цели познавательной активности: студент ищет творческий подход к выполнению поставленного задания, способен проявить инициативу в поиске и выполнении дополнительных заданий. Тем не менее, его подход к познавательной деятельности хаотичен, лишен структуры и четко сформулированной цели. Рефлексия на втором уровне познавательных умений отличается способностью студента к формированию оценки познавательной деятельности, однако вопрос объективности данной оценки подвергается сомнению.

Третий уровень. Высокий уровень познавательных умений является собой классическое представление о развитом навыке самообразования. Он отличается целеустремленностью, наличием явного практического опыта самостоятельной работы и систематичностью, организованностью процесса познавательной деятельности. Высокий уровень рефлексии позволяет студенту самостоятельно объективно оценивать результаты познавательной деятельности, анализировать опыт проделанной работы и выстраивать стратегию реализации самообразовательной деятельности на основе данного анализа.[3]

Так как условия дистанционного формата обучения подразумевают определенную автономность учащегося, от него требуется средний или высокий уровень навыка реализации познавательной деятельности в условиях ослабленного психолого-педагогического управления. Необходимо понимать, что учащийся с низким уровнем познавательной деятельности, получив задание или материал, не сможет справиться с ним в полной мере ввиду недостаточных методических знаний, умений и навыков.

Тем не менее, навык познавательной деятельности формируется в значительной степени опытным путем на фоне постепенного ослабления педагогического управления [9]. В условиях дистанционного обучения важнейшей задачей является оперативное развитие навыков и умений реализации самостоятельной познавательной деятельности, так как от этого напрямую зависит темп и качество дистанционного обучения в целом. Лучшим методом для формирования таких навыков как в традиционной форме обучения остается самостоятельная групповая и индивидуальная работа.

Второй фактор – сохранение структуры процесса познавательной деятельности. Познавательная деятельность должна быть последовательна, развиваться в соответствии с запланированными объемами учебного материала и темпами овладения необходимыми знаниями. Необходимо так же учитывать индивидуальные особенности учащегося: его знаний, умений и навыков [10].

В условиях дистанционного обучения и полного доступа к информации обычные темпы овладения учебным материалом отличаются от темпов очных занятий. Это обусловлено тем, что в условиях аудиторных занятий участники образовательного процесса ограничены источником получаемых данных: это преподаватель и заранее отобранные дидактические материалы.

Оказавшись в условиях полуавтономной работы, многие студенты прибегают во время занятий к дополнительным источникам информации, что, с одной стороны, вызывает сбой структуры запланированного учебного процесса, а с другой стороны – усложняет процедуру необходимого контроля усвоения материала. Таким образом, происходит некоторое ослабление педагогического управления учебным процессом.

Другой проблемой педагогического управления является коммуникация. Взаимодействие участников образовательного процесса в условиях дистанционного формата обучения производилось на базе облачных платформ для проведения конференций в условиях реального времени и в целом напоминало фронтальную работу, привычную для очных занятий.

Здесь следует отметить, что под «коммуникацией» в первую очередь рассматривается не процесс обмена информацией, а феномен межличностного общения в целом и педагогическое общение в частности [2]. Для межличностного и педагогического общения наиболее важным является аспект психологической связи. Особое значение психологическая связь, как элемент психологического воздействия, имеет во время организации учебного процесса.

Известно, что наибольшая эффективность овладения новыми знаниями достигается в условиях позитивной атмосферы и удовлетворительной психологической связи между преподавателем и студентами [3]. На формирование этой связи, как и на качество коммуникации, влияют не только личностные характеристики участников образовательного процесса, но и мастерство преподавателя, его навык публичных выступлений, владение своим голосом и контроль эмоций, понимание принципов воздействия элементов невербальной коммуникации.

Как правило, опытный преподаватель обладает высокими коммуникативными навыками. Однако в условиях дистанционного обучения применение данных навыков осложняется средствами связи. Например, некачественное или старое звуковое оборудование может исказить тембр голоса, а неудовлетворительное сетевое соединение может и вовсе стать причиной невозможности донести информацию. И, если в некачественное оборудование и соединение легко поправимо, сложнее ситуация обстоит с визуальными элементами невербальной коммуникации, критически необходимыми для успешного педагогического общения в ходе фронтальной работы. Видео-технологии, безусловно, используются, но зачастую качество передачи ограничено форматом облачной платформы, а иногда и вовсе недоступно всем участникам образовательного процесса. Отсутствие комплекса элементов невербальной коммуникации может стать причиной потери психолого-эмоциональной связи между студентами и преподавателем.

Необходимо понимать, что в условиях дистанционного обучения, ограничение применения

вербальной и невербальной коммуникации в педагогическом общении приводит главным образом к снижению понимания предоставляемой преподавателем информации. Это, в свою очередь, негативно сказывается на темпе и качестве овладения материалом в рамках учебной программы [6].

Итак, специфика трансформации педагогической деятельности в условиях дистанционного образовательного процесса основана на особенностях концепции дистанционного обучения и базовых факторах познавательной деятельности. Ключевой фигурой, как и в рамках аудиторных занятий, остается преподаватель. Главной дидактической задачей преподавания является формирование у учащихся системы знаний, умений и навыков, развитие их познавательных и творческих способностей, которые определены целями обучения [7]. Помимо психологического и педагогического воздействия, преподаватель обязан создавать необходимую образовательную среду. При планировании организации учебного процесса, преподаватель определяет характер деятельности, условия взаимодействия и уровни контроля.

В условиях дистанционного обучения учащийся отделен в пространстве и времени от преподавателя, пропадает часть коммуникативной составляющей, что приводит к трансформации концепции деятельности преподавателя и его функция. Так как учащийся находится вдали в первую очередь от учебного заведения, первое, на что необходимо обратить внимание – это подготовка учебного материала таким образом, чтобы стимулировать самостоятельную познавательную деятельность учащегося и развить навыки самообразования. Данная цель достижима, если структурировать материал таким образом, что на групповом занятии в режиме реального времени студенты получают не полный объем информации, а лишь схему изучения данной информации и общие тезисы. Допускается составление вопросов, на которые студенту предлагается самостоятельно найти ответы. Иерархия вопросов должна соответствовать системе изучения материала. Весь объем оставшейся информации

студенту предлагается найти и отобрать самостоятельно. При этом необходимо подготовить форму работы, при которой студент займет место преподавателя в части объяснения материала. Подготовка материала на этом этапе зависит в первую очередь от анализа исходных навыков реализации познавательной деятельности в группе студентов.

Метод групповой проектной работы прекрасно подходит для групп студентов, имеющих значительную разницу в уровне навыка саморазвития. Совместный поиск информации позволит более самостоятельным студентам делиться опытом. Более того, групповая работа позволит организовать и корректировать эмоциональную среду в группе, где студенты не общаются между собой лично, в стенах учебного заведения.

Следующим этапом подготовки преподавателя к дистанционному формату обучения является выстраивание стратегии общения с учащимися. Безусловно, подавляющее большинство преподавателей обладают индивидуальным стилем педагогического общения, выработанным на основе опыта. Однако сам формат дистанционного образования подразумевает ограничение привычной коммуникации

Процент психологического воздействия, реализуемого ранее средствами невербальной коммуникации, необходимо значительно снизить. Даже если техническое оснащение преподавателя соответствует всем требованиям, отсутствие личного контакта искажает те сигналы, которые человек обычно передает с помощью мимики, поз, жестов, взгляда. С целью компенсации утраченных методов воздействия, не стоит забывать, что основой педагогического общения является педагогическое управление.

Преподавателям, активно использующим техники НЛП и невербальной коммуникации в педагогическом общении, необходимо уделить этому этапу особое внимание. Следует понимать, что современные технологии не развиты достаточно, чтобы обеспечить полный зрительный контакт с собеседником. Невербальные сигналы, передаваемые в условиях аудиторных занятий с помощью выражения лица и глаз, теряют часть своей информативности. Необходимо проанализировать

сигналы, которые преподаватель привык выражать с помощью языка тела во время очной работы и приучиться вербализировать всю информацию в условиях дистанционного формата.

Что касается психологического воздействия и выстраивания позитивных межличностных отношений в условиях ограниченного визуального контакта, необходимо найти способы улучшения условий коммуникации. Здесь полезными будут проработанные демонстрационные материалы и дополнительное звуковое сопровождение [6].

В соответствии с исследованиями зарубежных и отечественных ученых, можно заключить, что наиболее продуктивное дистанционное обучение до пандемии Covid-19 подразумевало полное или управляемое самообразование. Современная концепция дистанционного образования, внедряемая повсеместно, стала попыткой полного переноса очных занятий в дистанционный формат.

Необходимо понимать, что в этом случае важен процесс совмещения логики двух концепций: увеличение уровня самостоятельности познавательной деятельности на фоне проведения традиционных групповых занятий в режиме реального времени.

Таким образом, стратегия педагогического управления трансформируется из прямого управления в смешанное. К традиционному и привычному управлению добавляются элементы опосредованного управления: базовая и оперативная поддержка. Базовая поддержка осуществляется во время непосредственного группового занятия в режиме реального времени и отличается от поддержки очной формы только технической составляющей. В рамках базовой поддержки преподаватель акцентирует внимание главным образом на инструкциях по выполнению задания и использует известные психолого-педагогические приемы для стимуляции самостоятельной учебно-познавательной деятельности. Оперативная поддержка подразумевает использование технологий офф-лайн, таких как электронную почту и облачные хранилища. Однако такая поддержка не должна усиливать управление, напротив, она служит скорее фундаментом, на котором учащий-

ся выстраивает собственную стратегию работы с учебным материалом и методику селективной работы с тематическим материалом.

Контроль и корректировка результата учебно-познавательной деятельности так же осуществляется в смешанном режиме: режиме реального времени и асинхронном режиме. Однако в условиях ориентации на самостоятельную деятельность, уровень контроля может быть снижен, а акцент смещен на самоконтроль и самоанализ. Приучение студентов к рефлексии в условиях дистанционного обучения является целью контролирующей деятельности. Тем не менее, стандартные формы контроля остаются, что позволяет анализировать объективность самооценки учащегося.

Другим важным аспектом подготовки к дистанционной работе для преподавателя является постоянное обновление собственной информации. Дистанционная форма обучения подразумевает, что преподаватель перестает быть единственным источником информации. Студенты способны обращаться к новейшей информации, неизвестной педагогу. Это вызовет затруднения в ходе работы и может повлиять на авторитет преподавателя. Из этого следует, что в условиях управления самостоятельной учебно-познавательной деятельностью, преподавателю необходимо постоянно обогащать и реформировать свой собственный информационный потенциал.

Опираясь на вышеуказанные особенности дистанционного обучения, можно заключить, что главными векторами трансформации подходов психолого-педагогического управления являются следующие:

- изменение структуры учебного материала для стимуляции самостоятельной активности;
- разработка технологических способов и регламента оказания оперативной поддержки в случае возникновений определенных затруднений в процессе самостоятельной учебно-познавательной деятельности;
- добавление большего процента вербализованной информации в педагогическое общение;

- тщательная проработка стратегии психологического и эмоционального воздействия с использованием изменения тембра голоса и семантических кластеров;

- изучение и отбор визуальных и аудио материалов;

- частичное изменение приоритетов целей самостоятельного обучения с овладения материалом в рамках учебной программы к развитию навыков самостоятельного поиска, отбора и изучения дополнительного материала, выходящего за рамки учебной программы;

- разработка стратегии коммуникации учащихся между собой в условиях проектно-групповой деятельности;

- непрерывный процесс обогащения собственных знаний;

Итак, структура деятельности преподавателя в условиях дистанционного обучения подлежит значительной трансформации. Целью всех изменений педагогического подхода является достижение максимальной эффективности обучения в условиях ограниченной коммуникативной среды. Компенсация коммуникативного ограничения происходит за счет отсутствия ограничений в источниках получения необходимой информации.

Невозможно отрицать, что пандемия и ускоренные темпы цифровизации меняют общество. Подрастающее поколение демонстрирует удивительные способности обучения работе с существующими массивами информации в сети и скоростью овладения технологическими навыками и умениями. Запросы общества также претерпевают изменения: с каждым годом все более явно проявляется значительный общественный запрос на ускорение процесса получения профессионального обучения.

Несмотря на то, что в данный момент рано предполагать скорое вытеснение традиционных методов и форм обучения дистанционным форматом, сложно отрицать его прочное внедрение в систему высшего образования.

Дистанционный формат позволяет ускорить процесс овладения материалом в рамках учебной программы за счет повышения навыков самостоятельной научно-познавательной деятельности и

изменения структуры содержания образовательного материала. При адаптации традиционного формата обучения под частично автономную деятельность учащегося и успешном повышении навыков самообразования, эффективность дистанционных групповых занятий значительно возрастет.

Неизменным в этом процессе останется роль преподавателя в учебно-познавательной деятельности. Однако тема педагогического участия, стратегии его работы с учащимися и дидактическими материалами остается открытой и требующей дальнейшего более тщательного и подробного рассмотрения.

Список источников

1. Асмолов А.Т. Личность как предмет психологического исследования. //М.: Изд-во МГУ, 1984. - 104 с.
2. Батаршев А.В. Педагогическая система преемственности обучения в общеобразовательной и профессиональной школе. //СПб.: Ин-т профтехобразования РАО, 1996. - 90 с.
3. Башмаков М.И. Теория и практика продуктивного обучения. //М.: Народное образование, 2000. - 244 с.
4. Бершадский М.Е., Гузеев В.В. Дидактические и психологические основания образовательной технологии. // М.: Центр «Педагогический поиск», 2003.-256 с.
5. Давыдов В.В. Учебная деятельность: состояние и проблемы исследования.// Вопросы психологии, 1991, №6. – 203 с.
6. Рыбак М.В., Применение инновационных методов в рамках дистанционного обучения в высшей школе. // Сервис plus. 2022. Т. 16. № 1. - 50-57 с.
7. Краевский В.В. Методология педагогики: прошлое и настоящее // Педагогика. 2002, № 1. - С.3-10. – 2 с.
8. Лемберг О.Т. О самостоятельной работе учащихся. // Сов. педагогика, 1962, №2. - 89с.
9. Махмутое М.И. Проблемное обучение. Основные вопросы теории. // М.: Педагогика, 1975. - 367с.
10. Полат Е.С., Бухаркин М.Ю., Моисеева М.В., Теория и практика дистанционного обучения. // М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 416 с.

References

1. Asmolov A.T., Lichnost kak predmet psihologicheskogo issledovaniya [Personality as a subject of psychological research]. M.: Publishing house of Moscow State University, 1984. - pp. 104.
2. Batarshhev A.V., Pedagogicheskaya sistema preemstvennosti obucheniya v obshcheobrazovatelnoi i professionalnoi shkole [Pedagogical system of education continuity in general education and vocational school.] St. Petersburg: Institute for Professional and Technical Education of the Russian Academy of Education, 1996. – pp. 90
3. Bashmakov M.I., Teoria i praktika produktivnogo obucheniya [Theory and practice of productive learning.] Moscow: Narodnoe Obrazovanie, 2000. – pp. 244
4. Bershadsksh M.E. & Guzeyev V.V. Didakticheskie i psihologicheskie osnovania obrazovatelnoi tekhnologiy [Didactic and psychological foundations of educational technology.]. Moscow: Centre for Pedagogical Search, 2003. pp. 256.
5. Davydov V.V., Uchebnaya deiatelnost: sostoyanie i problemy issledovaniya [Learning activity: the state and problems of research]. Voprosy psichologii, 1991, № 6.
6. Rybak M.V., Primenenie innovacionnyh metodov v ramkah distantsionnogo obucheniya v vypshej shkole. [Application of innovative methods in distance learning in higher education]. SERVICE PLUS. 2022. Т. 16. № 1. pp. 50-57.
7. Kraevsky V.V. Metodologiya pedagogiki: proshloe i nastoyashhee [Methodology of Pedagogy: Past and Present]. Pedagogika. 2002, № 1. - P.3-10. pp. 2
8. Lemberg, O.T. O samostoyatelnoi rabote uchashchikhsia [On the independent work of students]. - Sov. pedagogika, 1962, №2. pp.89
9. Makhmutoe, M.I. Problemnoe obuchenie. Osnovnye voprosy teorii. [Problem-based learning. Basic issues of theory]. - M.: Pedagogika, 1975. – pp. 367
10. Polat E.S., Bukharkin M. J. & Moiseeva M.V., Teoria i praktika distantsionnogo obucheniya [Theory and practice of distance learning], - Moscow: Academia Publishing Center, 2004. – pp. 416

КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE AND CIVILIZATION

УДК 687.016

DOI: 10.5281/zenodo.7379927

КОНЦЕПЦИЯ АРТ-ДИЗАЙНА В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ

ЕРМИЛОВА Дарья Юрьевна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Кандидат философских наук, профессор; e-mail: d.ermilova@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена исследованию творческой концепции арт-дизайна в дизайне одежды. Предмет исследования — проектные концепции в дизайне одежды. Тема исследования — связи искусства и модной индустрии, которые рассматриваются как основа для формирования концепции арт-дизайна. Цель исследования — выявить особенности взаимодействия искусства с творческой практикой дизайна одежды, причины представления костюма (утилитарной вещи) как произведения искусства. Гипотеза исследования — связь искусства и индустрии моды может стать эффективной маркетинговой стратегией, представление дизайн-объекта в качестве произведения искусства наделяет его дополнительной символической ценностью, а также повышает социальный статус его создателя. Благодаря культурологическому и системному подходам развитие концепции арт-дизайна было рассмотрено в связи с социальными и культурными процессами. Был проведен анализ истории дизайна одежды — от творчества великих кутюрье прошлого Ч.-Ф. Ворта, П. Пуаре и Э. Скьяпарелли до современных дизайнеров с целью выявления специфики и основных этапов становления концепции арт-дизайна. Показаны разнообразные варианты связей дизайна одежды и искусства — от представления костюма как произведения искусства до обращения к живописи как к творческому источнику. Арт-дизайн исследован как одна из концепций в проектировании костюма, в том числе с учетом социальных аспектов. Подобный подход к проблеме арт-дизайна представляется перспективным с точки зрения исследования плодотворного взаимовлияния дизайна и искусства.

Ключевые слова: арт-дизайн, творческая концепция, искусство и мода, дизайн одежды, высокая мода, кутюрье.

Для цитирования: Ермилова Д.Ю., Концепция арт-дизайна в дизайне одежды. // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 102-113. DOI: 10.5281/zenodo.7379927

Статья поступила в редакцию: 24.05.2022.

Статья принята к публикации: 28.09.2022.

THE CONCEPT OF ART DESIGN IN FASHION DESIGN

Daria Yu. ERMILOVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);

Ph.D., Professor of the Higher School of Design; e-mail: d.ermilova@gmail.com

Abstract. The study is devoted to the creative concept of art design in fashion design. The subject of research is design concepts in fashion design. The research topic is the diverse links between art and the fashion industry, which can be considered as the basis for the formation of the concept of art design. The purpose of the study is to identify the features of the interaction of art with the creative practice of fashion design and the reasons for representing the utilitarian object as a work of art. The hypothesis of the study is that the connection between art and the fashion industry can become an effective marketing strategy. The presentation of a design object as a work of art gives it additional symbolic value and increases the social status of its creator. The study applies a culturological approach, which considers project activities in connection with the realities of the era, and a systematic approach that allows identifying the connection of aesthetic theories with the practice of design, art history and stylistic analysis.

Keywords: art design, creative concept, fashion design, art and fashion, haute couture, couturier.

For citation: Ermilova D.Yu. (2022). The concept of art design in fashion design. Service plus, 16(3), Pp.102-113. DOI: 10.5281/zenodo.7379927 (In Russ.).

Submitted: 2022/05/24.

Accepted: 2022/09/28.

Введение

Трансформация системы ценностей в эпоху постмодерна привела к смене парадигмы в дизайне: популярная концепция средового проектирования направлена на приоритет гуманитарных ценностей и пересмотр средств и методов дизайна [1, 3]. Эти перемены нашли отражение и в творчестве дизайнеров одежды [3, 18, 19]. В связи с этим большую важность приобретает проблема творческой концепции дизайнера, определяющей смысловую направленность проекта, цели и задачи дизайн-деятельности. Одной из актуальных творческих концепций стала концепция арт-дизайна, которая ориентирована на создание дизайн-объектов, выполняющих, помимо утилитарной, и эстетическую функцию, являющихся одновременно и вещами, и произведениями искусства [5].

Цель настоящего исследования — выявить особенности связей искусства с творческой практикой дизайна одежды, различную мотивацию в представлении утилитарной вещи как произведения искусства. Тема исследования — творческие концепции в дизайне одежды, которые воспринимали одежду как предмет искусства, а деятельность кутюрье или дизайнера как художественную деятельность. Эта тема вызывает в последние тридцать лет постоянный интерес исследователей, но в ней до сих пор существуют недостаточно разработанные аспекты [6, с. 28]. Поэтому она представляется актуальной для дальнейших изысканий с целью систематизации существующих знаний и заполнения лакун — в частности, изучения связей искусства с творческими концепциями в дизайне одежды.

Анализ публикаций

Существующие работы рассматривают как точки соприкосновения, так и различия между модой и искусством, разнообразные аспекты сотрудничества дизайнера и художника — например, труды В. Стил [19], А. Леон Таллея [13]. С.Б. Ким, Х. Кларк, В. Караминас, Д. Крейн исследовали превращение моды в искусство в качестве маркетинговой стратегии [4, 6]. Роль выставок

моды и музеев в представлении одежды как арт-объекта на примере японских дизайнеров рассмотрены в работе Ю. Кавамура [12]. Н. Райан выявила коммерческий эффект связи искусства и модной индустрии [6]. Э. Холландер отстаивает достаточно спорное утверждение, что мода вообще является формой искусства, поэтому необходимо применять искусствоведческие методы в исследованиях моды [11]. Такой же подход применял в своих работах и кураторской деятельности Р. Мартин [16, 17]. Л. Негрин, напротив, считает, что нельзя воспринимать одежду вне ее связи с телом, как самостоятельный арт-объект [6]. Представляется актуальным в исследовании взаимосвязей моды и искусства сделать акцент именно на концепции арт-дизайна, поскольку объекты дизайна и сами дизайнеры, и производители стремятся представить публике именно как произведения искусства для достижения разнообразных целей, как будет показано в настоящем исследовании.

Методы и методология

В работе были применены культурологический и системный подходы, позволившие исследовать развитие концепции арт-дизайна в динамике, с учетом разнообразных социальных, экономических и культурных аспектов, а также искусствоведческий анализ творчества кутюрье и дизайнеров одежды с середины XIX в. до начала XXI в.: Ч.-Ф. Ворта, П. Пуаре, М. Вионне, Э. Скьяпарелли, И. Сен-Лорана, японских дизайнеров. В исследовании понятие «одежда» понимается, как его определила Джоан Б. Айхер: «система невербальных коммуникативных средств, которая способствует более активному взаимодействию между людьми, по мере того, как изменяется их положение в пространстве и времени» [6, с. 121].

Термин «арт-дизайн» («дизайн-искусство») получил распространение в 1970—1980-е гг. в связи с творчеством итальянских дизайнеров, входивших в творческие группы «Мемфис» и «Алхимия» (Э. Сотсасса, А. Мендини и др.). Это направление возникло как альтернатива стандар-

тизации и эмоциональной нейтральности дизайн-продуктов классического функционализма, который к тому времени стал самой распространенной концепцией в области промышленного дизайна. Цель арт-дизайна — противодействие процессам унификации и стандартизации, насаждаемых массовым производством и массовым потреблением (точнее, психологией консьюмеризма).

Результаты исследования

Первым портным, кто стал создавать себе имидж художника, был Чарльз Фредерик Ворт, учредивший в 1868 г. Синдикат высокой моды [15]. Причиной появления «высокой моды» стала потребность элиты в особенной, «эксклюзивной» моде, которая была бы недоступна средним классам (это стало особенно актуальным в связи с развитием массового производства). Одним из способов придания платьям «от кутюр» индивидуальности стало их представление как произведений искусства. Ворт придумал «подписывать» модели, пришивая на них бирку со своим именем (правда, в отличие от современных лейблов, она была скромно пришита с изнанки). Он хотел, чтобы высокую моду воспринимали не как ремесло, а как один из видов декоративного искусства, а кутюрье (хотя дословно переводится с французского как «портной»), по его мысли, стал бы не ремесленником, а художником. Ворт и старался выглядеть во всём как художник — от манеры поведения до богемного стиля в одежде. Своим клиенткам он рисовал эскизы будущих платьев, что также отличало его от конкурентов, которые вообще не умели рисовать. Более того, придумывая новые модели, он вдохновлялся портретами старых мастеров, заимствуя из прошлого силуэты, детали, орнаменты [15]. Живопись была для Ворты постоянным источником вдохновения, как и для многих кутюрье и дизайнеров в будущем [2, 15]. Однако новые направления во французской живописи того времени — импрессионизм и постимпрессионизм — не нашли никакого отражения в его творениях.

Чуть позже Ворты в поисках вдохновения обратилась к живописи миланская портниха Роза Дженони (одновременно и общественный дея-

тель, феминистка и член социалистической партии Италии). Для Всемирной выставки в Милане в 1906 г. она создала коллекцию платьев по мотивам картин итальянских художников Ренессанса — самое известное платье называлось «Весна» и напоминало костюм Весны со знаменитой картины Сандро Боттичелли из галереи Уффици (Рис. 1, 2).

Связь с искусством придавала моделям кутюрье дополнительную символическую ценность, позволявшую их клиентам не только демонстрировать высокий социальный статус, но и индивидуальный вкус. Начиная с Ворты, кутюрье представляли себя, как определял Ж. Липовецкий, «художниками роскоши». Как считает А. Гечи: «Ворт единолично, без посторонней помощи, превратил моду в целостный культурный феномен» [6, с. 66]. Ч.-Ф. Ворт был пионером в создании новой маркетинговой стратегии, которая позволяла продавать его модели дороже, чем у конкурентов и стала одним из способов выделения на рынке в эпоху бурного развития массового производства [15].

Новый взгляд на одежду предложили художники в конце XIX — начале XX в., создавшие концепцию «эстетского костюма» (Х. ван де Вельде, художники Венского Сецессиона) [20]. Создатели стиля «ар нуво» воспринимали костюм как неотъемлемую часть той прекрасной, гармоничной и целостной среды, которая должна была, по их замыслу, формировать идеального человека. В отличие от модного костюма, который они критиковали за однообразие и уродство, «эстетский костюм» должен был отражать вкусы, образ жизни и индивидуальность человека, соответствовать времени и обладать художественной ценностью. Художники «бель эпок» первыми выразили протест против тенденции к стандартизации предметной среды, которая тогда только намечалась. Индивидуализация материального мира, окружающего человека, станет одной из важнейших тенденций в эпоху постмодерна [3].

Идеи реформы костюма, предложенные художниками на рубеже XIX—XX вв., получили развитие в творческих концепциях кутюрье XX века.

Поль Пуаре считается первым «диктатором моды» и дизайнером XX века [7, 18]. Он, как и Ч.-Ф. Ворт, называл себя художником, писал картины, рисовал эскизы платьев, сотрудничал с известными графиками и иллюстраторами моды (П. Ирибом, Ж. Барбье, Ж. Лепаном – Рис. 3, был коллекционером живописи, покровительствовал художникам, даже имел свой выставочный зал. В интервью корреспонденту «Нью-Йорк Таймс» в 1913 г. он заявил: «я не коммерсант. Дамы приходят ко мне за платьем точно так, как они идут к выдающемуся живописцу, чтобы тот написал их портрет. Я художник, я не портной» [7, с. 30]. Известность Пуаре принесли экстравагантные модели, создававшие почти театрализованные образы, вдохновленные картинами фовистов и театральным искусством (хотя он это и отрицал, на Пуаре огромное влияние оказали «Русские сезоны», особенно костюмы и декорации балета «Шахерзада» 1910 г. Л. Бакста).



Рис. 1 — С. Боттичелли. Фрагмент картины «Весна», 1482



Рис. 2 — Р. Дженони. Платье «Весна» по мотивам картины Боттичелли, 1906



Рис. 3 — Иллюстрация из альбома «Платья Поля Пуаре, увиденные глазами Поля Ириба», 1907



Рис. 4 — Пальто «Персия» из ткани с рисунком по эскизу Р. Дюфи. 1911

Для Пуаре было важно создать выразительный образ, а не платье для конкретной клиентки — и это был совершенно новый подход, который можно сравнить с арт-дизайном, так как костюм задумывался изначально как объект искусства. Не случайно Пуаре каждой своей модели давал название как художественному произведению — «Щербет», «Минарет», «Мандарин», «Лень». Впоследствии многие кутюрье будут также давать девизы своим творениям (например, К. Диор). Пуаре первым из модных портных стал сотрудничать с художниками, пригласив фовистов Р. Дюфи, М. Влaminка, А.Дерена разрабатывать рисунки для тканей (Рис. 4). Все это превращало модели Пуаре в неповторимые и изысканные произведения искусства.

В 1910-30-е гг. появились кутюрье, которые считали высокую моду особым видом пластического искусства. Принципиальное отличие их концепции от взглядов Ворта и Пуаре было в том, что те создавали модные платья, то есть подчинявшиеся закономерности цикличности модных

изменений, и связь с искусством позволяла их лучше продавать. Новый подход отличался тем, что эстетическое совершенство должно было стать основой художественной ценности творений, которые не должны быть связаны с меняющейся модой. Настоящее произведение искусства остается таковым и много лет спустя, полотнами Леонардо да Винчи, Рембрандта или Веласкеса публика восторгается до сих пор, а платья Ворта и Пуаре воспринимаются как музейные экспонаты. Лишь немногим удалось создать модели одежды, пережившие время своего «появления на свет» и которые до сих пор кажутся современными. К таким совершенным творениям можно отнести платье «дельфос» Мариано Фортунни (будучи не кутюрье, а художником, он сумел добиться признания и коммерческого успеха в производстве тканей и одежды), драпированные платья Мадлен Вионне и Аликс (мадам Гре), некоторые модели Кристобая Баленсиага [18, 19] (Рис. 5, 6).



Рис. 5 — Платье «дельфос» М. Фортунни

Шанель также смогла создать практически «вечные» модели — «маленькое черное платье», костюм «в стиле Шанель», но не потому, что стремилась создать «вечные» произведения искусства, а благодаря простоте, практичности и многофункциональности, отвечавшим новым запросам времени. При этом высокую моду Шанель считала ремеслом, полемизируя с Пуаре и Скьяпарелли: «Платье — это не трагедия и не картина, это очаровательное и недолговечное творение, но не бессмертное произведение искусства» [6, с. 36]. Модели Шанель и не воспринимаются как объекты искусства даже в музейном пространстве, что подчеркнули авторы выставки, по иронии названной «Шанель. По законам искусства», развесив платья и костюмы на кронштейнах (в музее Метрополитен в 2005 г., в ГМИИ им. А.С. Пушкина в 2007 г.). Хотя Шанель дружила со многими художниками, поэтами, артистами, в ее моделях нет и следа влияния их творчества.



Рис. 6 — Платье Дома высокой моды «Аликс», 1938

В 1920-е гг. разработкой проектов костюма активно занимались и художники-авангардисты разных направлений, привнося в них особенности своих авторских концепций — от футуристов (Джакомо Балла), абстракционистов-беспредметников (Соня Делоне, Казимир Малевич, Александра Экстер) до советских конструктивистов (Александр Родченко, Любовь Попова, Варвара Степанова) [6, 14, 17]. Как и для художников Сецессиона, создание одежды было для них одним из способов изменить мир с помощью искусства, создав новую предметно-пространственную среду.

В 1930-е гг. Эльза Скьяпарелли продолжила курс Ворта и Пуаре на взаимодействие моды и искусства — она первой из кутюрье использовала сюрреалистические мотивы, вдохновляясь идеями С. Дали и Ж. Кокто, которые рисовали для нее эскизы для вышивок, платьев и аксессуаров [13, 16, 19] (Рис. 7,8).

Сюрреалистические модели Скьяпарелли казались совершенно не функциональными, больше подходящими для художественной выставки, чем для реальной жизни (шляпы в виде туфли и отбивной котлеты, платье с объемными ребрами, перчатки с когтями и т.п.). При этом она не называла себя художником — обращение к сюрреализму (самому модному тогда направлению авангардной живописи) было для нее и маркетинговой стратегией, и ироничной игрой со смыслами, и формой саморекламы. Концептуальность ее моделей усиливало то, что Скьяпарелли стала давать названия сезонным коллекциям, каждая была посвящена определенной теме.

После Второй мировой войны, в эпоху молодежной «культурной революции», связь моды и искусства вновь становится востребованным и эффективным средством маркетинга. В моде «психоделические цвета», принты в стиле «оп-арт» и «поп-арт». Обращение к искусству за новыми идеями является не чем-то исключительным, а закономерностью, поскольку заимствование идей у живописи, скульптуры, архитектуры и т.п. является одним из способов осуществления

модной инновации [2]. Вдохновение картинами любимых живописцев стало особенностью творческого метода И. Сен-Лорана, который заявлял: «Я несостоявшийся художник». В свои коллекции «от кутюр» он нередко цитировал фрагменты картин знаменитых художников, создав модели «В стиле Мондриан», «Памяти Пикассо», «Матисс» или «Ван-Гог» [6, 19] (Рис .9, 10).



Рис. 7 — Эскиз Жана Кокто для Дома высокой моды «Эльза Скъяпарелли», 1937



Рис. 8 — Эскиз Кристиана Берара для Дома высокой моды «Эльза Скъяпарелли» — в центре вечерняя накидка с вышивкой по эскизу Сальвадора Дали, 1938



Рис. 9 — И. Сен-Лоран. Платье из коллекции «От кутюр» по мотивам живописи художника-абстракциониста П. Мондриана, 1965

В 1970-е гг. в США возникло направление «Искусство как одежда» (или «Одежда как искусство»). Создателями этого направления были художники, занимавшиеся декоративно-прикладным искусством, создававшие объекты, которые одновременно были и предметами одежды, которые можно было носить, и произведениями искусства для украшения интерьера, например, в качестве декоративных панно.

В 1970—1990-х гг. искусство и мода стали взаимодействовать еще активнее. Ведущие музеи мира стали создавать выставки, посвященные кутюрье и дизайнерам одежды. Одежда из магазина переместилась в выставочное пространство, что также способствовало ее восприятию в качестве произведения искусства, как и превращение модного дефиле в театрализованное шоу или перформанс. Интерьеры модных бутиков оформляли знаменитые архитекторы. В 1990—2000-е многие бренды стали сотрудничать с известными художниками, идя по пути Пуаре и Скъяпарелли (например, «Луи Вуиттон» с японским художником Такаси Мураками). Популярными в последние годы «коллоражами» являются способом «артифика-

ции» (термин, предложенный Д. Крейн [6]) ради повышения ценности предмета моды. Появились дизайнеры, создающие концептуальную одежду, Виктор и Рольф, Мартин Маржеля, Хуссейн Чалаян, Иссей Мияке, творчество которых не уместается в «прокрустово ложе» коммерческого подхода. Многие из них вообще игнорировали модные тенденции, стремясь выразить в своих моделях прежде всего определенную идею. Их коллекции не связаны с тенденциями сезонной моды, что также придает им дополнительную художественную ценность.

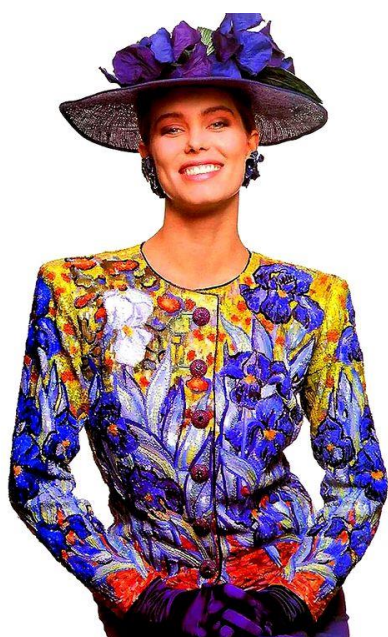


Рис. 10 — И. Сен-Лоран. Жакет с вышивкой по мотивам картины В. Ван-Гога, 1988

Первыми, кто своим неординарным взглядом на одежду буквально «потряс» мир моды в 1970-е — 1980-е гг. были японские дизайнеры Иссей Мияке, Рей Кавакубо и Йоджи Ямамото, творчество которых критики также причисляют к арт-дизайну [12, 18]. И. Мияке первым стал демонстрировать свои модели на выставках как произведения искусства. Оформление выставочных пространств, как и дизайн интерьеров магазинов И. Мияке, становились такими же важными событиями в мире дизайна, как и его коллекции (Рис. 11, 12).



Рис. 11 — Фрагмент экспозиции на выставке И. Мияке «Bodywork», 1983

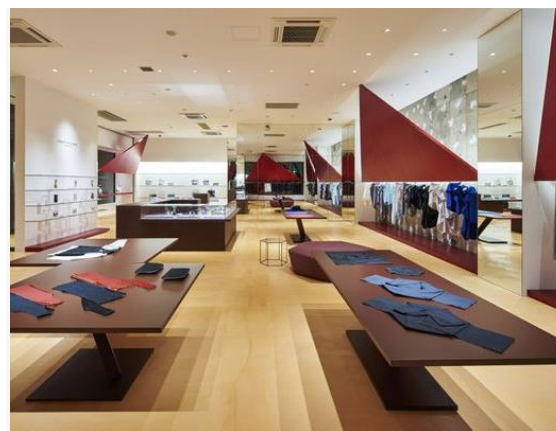


Рис. 12 — Интерьер магазина И. Мияке в Токио. Дизайнер Токудзин Есиока

Превращение дизайнера в художника, а художника в дизайнера не сделало менее актуальным коммерческий смысл связей искусства и модной индустрии. Ники Райан рассмотрела эти связи на примере итальянской компании «Прада», которая позиционирует себя в качестве спонсора и мецената, создав культурный фонд [6]. Тем самым «Прада» присваивает себе культурный

капитал художников и архитекторов, с которыми сотрудничает, обозначая свою принадлежность к культурной элите и наделяя свой бренд дополнительной символической ценностью.

Обсуждение результатов

Первый момент, который требует уточнения, вопрос терминологии. Чаще всего проблемы арт-дизайна изучались в плоскости взаимодействия искусства и моды. Если термин «искусство» в данном контексте не вызывает никаких сомнений (не важно, идет ли речь о живописи, театре, литературе, музыке и т.п.), то относительно правомерности использования термина «мода» возникают возражения, так как в большинстве исследований под этим термином скрывается модная одежда. Хотя мода возникла как социальное явление в Позднем средневековье как способ демонстрации социального статуса с помощью костюма, в современном обществе мода приобрела поистине глобальный характер, охватывая все стороны жизни человека. И в наше время мода проявляется, в первую очередь, в costume, манере поведения и среды обитания человека. Поэтому представляется более уместным говорить о связях искусства и дизайна и, более конкретно, об арт-дизайне как творческой концепции в дизайне одежды, нацеленной на создание одежды, которая является одновременно и вещью, и произведением искусства.

Кроме того, требует дополнительного обоснования мотивация кутюрье в присвоении себе статуса художника и своим произведениям — объектам искусства. Помимо уже рассмотренных выше целей «артификации» (придание моделям кутюрье дополнительной символической ценности, позволявшей более успешно их продавать), представляется важным аспект повышения социального статуса кутюрье благодаря связи с искусством, по крайней мере, для Ч.-Ф. Ворта и П. Пуаре. Хотя они и жили в эпоху классического капитализма, в XIX — первой половине XX вв. были значимы сословные границы. Кутюрье, даже самый успешный и знаменитый, был прежде всего портным, тогда как сейчас знаменитые дизайнеры — звезды международного уровня. Разница меж-

ду статусом портного и статусом художника была разительной. Питер Пауль Рубенс выполнял дипломатические поручения герцога Гонзага и эрцгерцогини Изабеллы. Людовик XIV обедал с Мольером, но со своими портными — никогда. Не следует забывать и о том, что Вортом двигало желание «социального реванша» — его семья, разорившись, утратила положение в обществе (похожая ситуация была и у жены Ворта, Мари Верне, дочери разорившегося провинциального чиновника, которая была вынуждена работать продавщицей в парижском магазине). Быть художником для него было более приемлемо, чем портным. Повышению социального статуса кутюрье способствовало и коллекционирование, и меценатство, и работа в театре. Можно вспомнить еще одного кутюрье того времени — Жака Дусе, который собрал ценную коллекцию искусства XVIII в., а секретарем у него служил поэт Гийом Аполлинер. Правда, все это не давало возможность кутюрье возвыситься до статуса их заказчиков из высшего света. Ворт даже на вершине своего успеха оставался «высочкой», парвеню. Самые удачливые в этом плане кутюрье-женщины достигли высокого положения в обществе традиционным способом — Жанна Ланвэн благодаря своим мужьям, а Шанель — своим любовникам королевских кровей.

Еще одна сложность при изучении творческих концепций в дизайне одежды связана с историей возникновения и развития этой сферы творческой деятельности, «выросшей» не из станкового искусства или архитектуры, как другие направления в дизайне, а из ремесла. Почти не существует традиции представлять авторскую концепцию дизайнера одежды в вербальном виде — творческая концепция всегда реализуется в конкретной материальной форме — модели, коллекции одежды и модного показа. Нет и традиции обсуждать профессиональные вопросы на съездах и конференциях с целью определения сущности, целей и задач своей деятельности. Традиционные мероприятия, на которых представляются коллекции дизайнеров костюма (недели моды) носят скорее маркетинговый и рекламный харак-

тер. Профессиональная пресса также ангажированна, выполняет сугубо прикладные задачи — реклама брендов с целью стимулирования потребительского спроса, ориентация потенциальных потребителей в модных тенденциях. Объективная критика в мире моды не поощряется. Если в структуре имиджа дизайнера входит вербальное творчество (умение писать и говорить, адекватно выражая свою концепцию, столь же необходимо, как и визуализация проектов), то дизайнер одежды должен, в силу сложившихся традиций, демонстрировать свою концепцию прежде всего в виде коллекции. Тем не менее, дизайн костюма не менее концептуален как проектная деятельность, чем другие виды дизайна. Множество концепций в дизайне одежды, отражающих меняющиеся образ жизни, ценностные установки и потребности человека и общества, в том числе и концепция арт-дизайна, требуют дальнейших исследований. В частности, перспективным представляется исследование возможностей сотрудничества художников и дизайнеров, связей направлений в искусстве с творческими концепциями дизайнеров одежды.

Заключение

В настоящем исследовании:

- был проведен анализ творческой практики дизайна одежды в исторической перспективе с целью выявить этапы становления концепции арт-дизайна;
- исследованы причины стремления представлять одежду, прежде всего модели «от кутюр», как предмет искусства, а деятельность кутюрье — как художественную деятельность;
- обосновано стремление кутюрье позиционировать себя в качестве художников ради повышения своего социального статуса;
- показаны возможности превращения связей искусства и модной индустрии в эффективную маркетинговую стратегию;
- проанализировано, как представление дизайн-объекта в качестве произведения искусства наделяет его дополнительной символической ценностью;
- показаны мотивы обращения к созданию одежды профессиональными художниками в разные периоды.

Рассмотренные примеры из истории дизайна костюма дают основания полагать, что концепция арт-дизайна получила признание и имеет реальные перспективы для развития в будущем.

Список источников

1. Аронов В.Р. Концепции современного дизайна. 1990—2010. М., Артпроект, 2011. 224 с.
2. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: КДУ, 2015, 228 с.
3. Ермилова Д.Ю. Методы проектирования костюма в эпоху постмодерна// Сервис plus. Научный журнал. Т. 10. 2016. № 4. С. 45—56.
4. Ким С.Б. Является ли мода искусством? // Теория моды: одежда, тело, культура. 2014. № 32 С. 29—57.
5. Лаврентьев М. Дизайн в процессе культуры. От арт-объекта до эклектики. М., Альпина Паблишер, 2018. 152 с.
6. Мода и искусство. М., Новое литературное обозрение, 2015. 272 с.
7. Пуаре — король моды. Каталог выставки. Федеральное гос. учреждение культуры «Гос. историко-культур. музей-заповедник «Моск. Кремль»». М: ООО «АзБука», 2011. 308 с.
8. Blum Dilys E. Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli: exhibition, Philadelphia Museum of Art, September 28, 2003 — January 4, 2004.- Philadelphia Museum of Art, 2003. 320 p.
9. Baudot F. Mode et surréalisme.- Assouline, 2002. 79 p.
10. Eicher J. Dress// Routledge International Encyclopedia of Women: Global Women's Issues and Knowledge / Ed. by C. Kramarae and D. Spender. N.Y.: Routledge, 2000. P. 422.
11. Hollander A. Seeing through Clothes. Berkeley, 1993. 504 p.
12. Kawamura Y. The Japanese Revolution in Paris Fashion. Oxford; N.Y.: Berg, 2004. 213 p.
13. Leon Talley A. Schiaparelli and the Artists Rizzoli, 2017. 256 p.
14. Malochet A., Bianchi M. Sonia Delaunay: atelier simultané: exposition, Bellinzona, Mus?e Villa dei Cedri, 11 avr. — 11 juin 2006.- Skira, 2006. 231 p.

15. Marly D. de. Worth: Father of Haute Couture. London: Elm Tree Books, 1980. 220 p.
16. Martin R. Fashion and Surrealism. Thames & Hudson, 1989. 238 p.
17. Martin R. Cubism and fashion: exhibition, New York, Metropolitan Museum of Art, December 10, 1998 — March 14, 1999. Metropolitan Museum of Art, 1998. 160 p.
18. Seeling C. Fashion: The Century of the Designer 1900-1999. Published by Konemann, Cologne, 2000. 656 p.
19. Steele, Valerie Paris fashion: a cultural history, Oxford University Press, 1998, 317 p.
20. Stern R. A contre-courant: vêtements d'artistes, 1900- 1940. Benteli, 1992. 162 p.

References

1. Aronov V.R. (2011). Konceptii sovremennogo dizajna. 1990-2010 [Modern design concepts. 1990-2010]. Moscow: Artproekt. (In Russ.).
2. Gofman A.B. (2015). Moda i ljudi. Novaja teorija mody i modnogo povedenija [Fashion and people. A new theory of fashion and fashionable behavior]. Moscow: KDU. (In Russ.).
3. Ermilova D.Yu. (2016). Metody proektirovaniya kostjuma v jepohu postmoderna [Methods of costume design in the postmodern era]. Servis plus. Nauchnyj zhurnal [Service plus. Scientific journal]. Vol.10, (No. 4), 45—56. (In Russ.).
4. Kim S.B. (2014). Javljaetsja li moda iskusstvom? [Is fashion an art?]. Fashion theory: clothing, body, culture [Teorija mody: odezda, telo, kul'tura]. No. 32, 29-57. (In Russ.).
5. Lavrent'ev M. (2018) Dizajn v processe kul'tury. Ot art-ob#ekta do jeklektiki [Design in the process of culture. From art object to eclecticism]. Moscow: Al'pina Pablsher. (In Russ.).
6. Moda i iskusstvo (2015) [Fashion and art]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russ.).
7. Puare – korol' mody. Katalog vystavki. Federal'noe gos. uchrezhdenie kul'tury «Gos. istoriko-kul'tur. muzej-zapovednik "Mosk. Kremi"» (2011) [Poiret is the king of fashion. Exhibition catalog. Federal State Institution of Culture "State Historical and Cultural. museum-reserve "Moscow. The Kremlin"]. Moscow: «AzBuka». (In Russ.).
8. Blum Dilys E. (2003) Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli: exhibition, Philadelphia Museum of Art, September 28, 2003 — January 4, 2004. Philadelphia Museum of Art.
9. Baudot F. (2002). Mode et surréalisme. Assouline.
10. Eicher J. (2000). Dress. Routledge International Encyclopedia of Women: Global Women's Issues and Knowledge. N.Y.: Routledge.
11. Hollander A. (1993). Seeing through Clothes. Berkeley.
12. Kawamura Y. (2004). The Japanese Revolution in Paris Fashion. Oxford; N.Y.: Berg.
13. Leon Talley A. (2017). Schiaparelli and the Artists. Rizzoli
14. Malochet A., Bianchi M. (2006). Sonia Delaunay: atelier simultané: exposition, Bellinzona, Mus?e Villa dei Cedri, 11 avr. — 11 juin 2006. Skira.
15. Marly D. de. (1980). Worth: Father of Haute Couture. London: Elm Tree Books.
16. Martin R. (1989). Fashion and Surrealism. Thames & Hudson.
17. Martin R. (1998). Cubism and fashion: exhibition, New York, Metropolitan Museum of Art, December 10, 1998 - March 14, 1999. Metropolitan Museum of Art.
18. Seeling C. (2000) Fashion: The Century of the Designer 1900-1999. Cologne: Published by Konemann,
19. Steele, Valerie (1998). Paris fashion: a cultural history. Oxford University Press.
20. Stern R. (1992). A contre-courant: vêtements d'artistes, 1900- 1940. Benteli.

КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE AND CIVILIZATION

УДК 37.032

DOI: 10.5281/zenodo.7379954

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ ВГУЭС)

КАМЕННАЯ Елена ОлеговнаВладивостокский государственный университет экономики и сервиса (Владивосток, РФ);
Ассистент; e-mail: elena.kamennaya1@vvsu.ru

Аннотация. Ценности, являясь результатом деятельности социума, оказывают влияние на личность, определяя нравственность и мораль, присущих социуму, воздействуют на поведение. Культурные ценности выступают нравственными идеалами и нормами, образцами поведения, отражая богатство традиций и обычаев социума, в частности, транслируемых посредством воспитательного процесса. Мировые изменения, захватывающие все сферы жизни, сказываются на современных молодых людях. Статья посвящена выявлению актуальных ценностей, формирующих картину мира молодежи. Рассматриваются теоретико-методологические подходы категории понятия «ценность» позволяют рассмотреть отношение к данной научной категории. Приоритетное отношение социума к жизненным ценностям непостоянно, именно поэтому необходимо учитывать ценностно-смысловую сферу молодых людей, как самых нестабильных представителей нашего общества. Продемонстрированы результаты эмпирического исследования ценностных ориентаций по методике М. Рокича современной молодежи. Внимание акцентировано на такой ценности, как «патриотизм», остро волнующей не только молодое поколение, но и каждого гражданина страны.

Ключевые слова: ценность, ценностные ориентации, аксиосфера, патриотизм, молодежь.

Для цитирования: Каменная Е.О. Ценностные ориентации молодежи в современной культуре (на примере студентов ВГУЭС). // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 114-123. DOI: 10.5281/zenodo.7379954

Статья поступила в редакцию: 07.09.2022.

Статья принята к публикации: 30.09.2022.

VALUE ORIENTATIONS OF YOUTH IN MODERN CULTURE (ON THE EXAMPLE OF STUDENTS OF VSUES)

Elena O. KAMENNAYA

Vladivostok State University of Economics and Service (Vladivostok, Russia);

Assistant; e-mail: elena.kamennaya1@vvsu.ru

Abstract. Values, being the result of the activity of society, affect the personality, determining the morality and morality inherent in society, affect behavior. Cultural values act as moral ideals and norms, patterns of behavior reflecting the richness of traditions and customs of society, in particular, transmitted through the educational process. Global changes that affect all spheres of life affect modern young people. The article is devoted to the identification of actual values that form the picture of the world of youth. Theoretical and methodological approaches to the category of the concept of "value" allow us to consider the attitude to this scientific category. The priority attitude of society to life values is unstable, which is why it is necessary to take into account the value-semantic sphere of youth as the most unstable representatives of our society. The results of an empirical study of value orientations according to the method of M. Rokich of modern youth are demonstrated. Attention is focused on such a value as "patriotism", which worries not only the younger generation, but also every citizen of the country.

Keywords: value, value orientations, axiosphere, patriotism, youth.

For citation: Kamennaya E.O. (2022). Value orientations of youth in modern culture (on the example of students of VSUES). Service plus, 16(3), Pp. 114-123. DOI: 10.5281/zenodo.7379954 (In Russ.).

Submitted: 2022/09/07.

Accepted: 2022/09/30.

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что современность характеризуется остро выраженными трансформационными процессами, затрагивающими не только в политику, экономику и культуру российского общества. Исторически сложившиеся культурные обычаи и традиции теряют традиционные формы; смена норм морали и нравственности, духовных ценностей, отражаются в первую очередь на смысложизненных ориентирах, менее стабильных представителей общества – молодежи.

Анализ публикаций по проблематике исследования

Обращение к проблеме формирования ценностно-смысловой сферы современных молодых людей, учитывая методологическую базу исследования, позволит в дальнейшем проектировать желаемые в обществе модели социокультурного поведения молодежи, формируя нравственную картину мира на основе востребованных обществом ценностей.

Проблематика ценностей многие годы является актуальной и исследуется на основе междисциплинарного подхода, хотя преимущественное внимание в исследованиях такого рода отдается аксиологии.

При этом область рассмотрения ценностных ориентаций и установок, определяется как аксиосфера, то есть среда ценностных связей личности с социумом. Именно аксиосфера как духовное образование культуры является формой, содержащей информацию о смысложизненных ориентациях нравственного человека, общечеловеческом мировоззрении, идеологических взглядах моральных нормах, объединяющей воедино естественно-стихийные природные требования к человеку, и вырабатываемые культурой. Именно это образование является источником, определяющим культурно-нравственные жизненные ориентиры, поэтому аксиосферу можно считать базисом культуры общества.

В культурологии ценности понимаются не только как духовные построения, но и положительные эмоции и чувства, вызванные сфокусированным вниманием на предмете, явлении или идеи и

др. [10]. Под понятием «ценность» психологи понимают смысл и значимость явления/объекта, удовлетворяющие его потребности предметы [12].

Анализируя сущность понятия «ценность» необходимо, прежде всего, выделить теоретико-методологические подходы к данной научной категории. Так, по мнению И. Канта, ценности являются субъективными феноменами личности, а сама ценность – это телеологическое понятие, становится значимостью для кого-то, в зависимости только от психологических, социальных и культурных особенностей личности [15]. Тем самым, И. Кант, относя ценности к категории должного, определяет ценностно-смысловую сферу личности к нравственности человечества.

Согласно объективно-идеалистическому подходу, развивавшегося в рамках неокантианства, неоплатонизма и интуитивизма – направлениях философской мысли конца XIX – начала XXI века, основывавшихся на учении И. Канта с априорного метода познания В. Виндельбанда, Э. Кассирера, Г. Когена, П. Наторпа, Г. Риккерта и др., главной ценностью является познание, а формирование самих ценностей возможно только благодаря трансцендентной воле, как проявлению гуманности в процессе социализации личности [9]. Таким образом, объективно-идеалистический подход трактует сущность ценностей, уделяя большое значение логическим процессам и когнитивным функциям человека, в условиях взаимоотношения личности с социумом.

Параллельно с неокантианством развивается Томистская школа в XIX – начале XXI века, основанная на мыслях Ф. Аквинского (Э. Жильсон и др.), представители которой считают основной ценностью знания в соединении с верой человека в высшую божественную сущность, рассматриваемую им как совершенство.

Основываясь на философии томизма в конце XX – начале XXI веков популяризируется учение неотомистов, (А. Бергсон, Э. Жильсон, Ж. Маритен и др.), согласно которому главной задачей человека является развитие духовного начала и любовь к миру, гармония отношений разума и веры по догматам священного писания, где Бог выступает центром одухотворенности [8].

Интуитивная философия выделяет интуицию, как первооснову бытия в качестве средства познания (А. Бергсон, М. Шелер и др.). Находясь в вечном поиске ценностей, смыслов и целей, человек опирается на чувства, для него не существует ничего более важного, чем он сам и его чувства [1]. Ориентировка на объективно-идеалистический подход в исследовании ценностей, определяющего их сущность, как неотъемлемую часть человеческой жизни, необходимо учитывать их изменчивость под воздействием внешних факторов и внутреннего потенциала личности.

В свою очередь, субъективно-идеалистическая теория (В. Витгенштейн, Р. Карнап, М. Шлик, Ф. Франк и др.) определяет категорию ценности, как меру всех вещей, которые находятся в окружении личности, определяя повседневность и создавая сущность бытия. Тем самым, ценностью для личности и социума выступают только те предметы и явления, в контексте их предназначения, оцененные сравнительным путем с идеальным представлением о тех самых предметах и явлениях. Определив их значимость, личность сформирует к ним собственное отношение, благодаря личностному ценному полаганию.

В феноменологии, как философском учении XX века (Э. Гуссерль), ценность рассматривалась как смыслообразующее начало, так как цель учения – это описание любых феноменов (явлений, событий, опыта), как первичного опыта сознания, где природа ценностей, как субъективное начало личности, основывается на смысле и значении предмета для личности [5].

Обращение к аффективно-волевым теориям (У. Эрбан, Д. Пролл, Л. Льюис и др.), показало, что ценность как категория, выступает зависимостью психологических особенностей отношения субъекта к самому объекту, то есть именно значимость желаний, ожиданий, мыслей и возможностей определяет их ценность для личности, предопределяя действия человека и взаимодействие между людьми в целом [11].

Согласно Социологической концепции (М. Вебер), рассматривающей личность, как социальную сущность, зависимую от социума, ценности определяются как феномен значимый в поведении и деятельности человека, где «идеальные

ценности» – это модели продуктивных, положительных свойств личности, не только как возможности создания материального, но и как духовная составляющая социума [3].

В процессе обучения и воспитания ценности выступают основополагающими категориями бытия, они способствуют не только осмыслению собственного предназначения в жизни индивида, но и формируют картину мира, концентрируя внимание на значимом, создавая цели и планы, оказывающие влияние на социальные установки и поведение молодого человека.

Ценностные установки закладываются в сознании молодых людей благодаря духовности, как главной составляющей российского общества, сформированность которой, изначально обусловлена бытием крестьянских общин, характеризующихся не только общностью, традициями и обычаями, но и гуманностью, единением, сплоченностью, культурной идентичностью, патриотическим мышлением, национальной объединенностью [20]. Российскую духовность характеризует культурная самобытность, в отличие от западной, где преобладающей ценностью выступает индивидуализм, благодаря капиталистическому типу хозяйствования. Сохранению и трансляции духовных ценностей способствует религия, но сущность светского государства не может сдерживать влияние капиталистических установок и западного мышления, поэтому восстановить национальные принципы социума способен патриотизм.

Одной из значимых ценностей для современного общества является патриотизм молодежи.

Причем патриотизм не только выступает, как синтез духовных, культурных, политических, экономических и других компонентов благосостояния социума, но и выражается в эмоциональном возвышенном отношении к Отчизне, характеризуя ее социальную значимость, как главную составляющую личности [17].

Если обратиться к одной из значимых для любого общества ценности – патриотизму, то понятие «патриотизм» произошло от римского *patriota* – «соотечественник». Так, например, в толковом словаре С.И. Ожегова патриот – это

человек, преданный интересам какого-либо дела или места и глубоко привязанный к ним [13].

В свою очередь Д.Н. Ушаков, соотносит данную ценность с любовью, преданностью и привязанностью к своему народу, Родине [16]. В культурологическом подходе под патриотизмом понимаются нравственные принципы, возникающие у граждан, благодаря чувству любви к своей Отчизне, её традициям и обычаям, культурно-историческим ценностям [2].

Разнообразие теоретическо-методологических подходов к пониманию «патриотизма» в современной литературе, позволяет выделить основные направления в изучении категории.

Духовно-религиозный подход трактует патриотизм, как божественную силу защиты Родины, когда человек готов к самопожертвованию во благо своего Отечества. Так, развивая духовно-религиозное направление, создавалось духовное пространство Российского государства, а также происходило патриотическое воспитание молодых людей, ведь создавались первые школы при церквях [6].

Изменение отношения к религии при смене государственной власти в Российском государстве в 20-х годах XX века способствовало развитию личностного патриотизма. Создание нового государства выражало крайнюю необходимость заменить духовно-религиозные мировоззрения идеологической общностью. Благодаря обязательности образования, строительству предприятий и развитию промышленности – быстрому скачку не только в экономическом, но и в научном и культурном развитии, граждане Советского Союза становились патриотами, выражающими свою любовь к государству, устанавливая величие своей страны [18].

В возвышенно-эмоциональном направлении патриотизм – это свойство проявления любви к Родине, эмоции, получаемые гражданами от культурно-исторических ценностей, достижениях в науке и техники, развитии экономики своей страны. Именно эмоциональное отношение личности является определяющим в понимании деятельностной характеристики патриотизма [7].

Субъектно-деятельностный подход характеризует патриотизм, как действия, результаты

которых, говорят о деятельности, направленной на реализацию интересов Родины, тем самым, предназначение человека определяется его заслугами перед Родиной – силой патриотизма каждой личности [19].

Распад Советского Союза в 90-х годах XX века способствовал формированию направления – гражданского патриотизма, где объектом уже является государство. Теоретической основой данного направления явились взгляды Г. Гегеля (1770 – 1831 гг.) определявшего патриотизм не только, как любовь в Родине, но и общность приоритетных интересов социума, государства, являющихся высшей ценностью [4].

В современной культуре информационное пространство и различные сетевые источники оказывают значительное воздействие на молодых людей, во многом замещая активную реальную социальную жизнь, открывая дополнительный горизонт возможностей для развития дистанционного обучения и самореализации. Но, к сожалению, есть и обратная сторона такого способа получения информации: резкое и стремительное распространение данных, свобода высказываний и недостоверность новостных сведений приводят к «информационной войне», последствия которой, негативно сказываются на восприятии молодым поколением, ориентированном к жизни в пространстве событий и мнений, распространяемых СМИ и различными масс-медиа. Западное влияние капиталистических ценностей не только замещает культурную идентичность и одухотворенность российской молодежи, но дестабилизирует формирование ее картины мира.

Методы и методики

Цель исследования заключается в выявлении доминирующих ценностей обучающихся Владивостокского государственного университета экономики и сервиса по адаптированной методике М. Рокича в системе ценностных ориентаций современной молодежи, с помощью анализа полученных результатов.

М. Рокич подразумевает под ценностями убеждения, способные оказывать влияние на поведение человека и выделяет терминальные (цели, убеждения, с которыми существует

личность) и инструментальные (средства, необходимые для достижения целей) ценности [23]. Определяя в системе ценностей две основные категории, М. Рокич выделил систему ценностей, основанную на ранжировании, объединив их в методике ценностных ориентаций, используемую при исследованиях, где необходимо обозначить репрезентированные ценности отдельной социальной группы [14].

Ш. Шварц и В. Билски проанализировав и обобщив понятийную категорию «ценности» определили их градацию по основным характеристикам, выстроив иерархию по степени важности. Ценности выступают в качестве системы, имея идеалы, становясь приоритетами и стандартами, определяя дальнейший выбор действия: ценности – убеждения или мнения отдельных людей в социальной группе, не носят объективный характер, влияя на эмоциональный характер; ценности как цели, способствуют изменению действий и поступков для возможности их достижения; ценности – это социальные нормы, которые не ограничиваются поведенческими действиями людьми или происходящими ситуациями; ценности как стандарты, способные координировать выбор человека в критической ситуации; ценности образуют системную группу приоритетности в отношении друг друга [22]. Таким образом, благодаря используемой методике, появляется возможность определить ограниченный набор значений, которые определяются среди людей и будут использованы для формирования личностных приоритетов. Ценности, представленные в методике, выступают в конфликтный диапазон между собой. Особенности ценностей подразумевают структуру отношений между различными типами, какие ценности совместимы или могут вступить в конфликт с другой [21].

Современная молодежь, как перспективные представители социума, подвержена глобальным изменениям, где реалии жизни диктуют динамичную адаптацию к происходящим трансформациям. Для создания устойчивой картины мира, включающую не только социальные нормы, традиции, но и трансляцию культурно-исторических ценностей, необходимо личностное воспитание в процессе получения образования.

Воспитание – это процесс воздействия на человека с целью его обучения нормам поведения характерным для социальной группы, этическим правилам и главное – знаниям, способствующих формированию системы личностных качеств с помощью, изначально, родителями, затем воспитателями, учителями, преподавателями. Исследователи в области аксиологии утверждают, что ценности важны в управлении поведением людей, так как под ценностью понимается абстрактная и расплывчатая концепция, которую люди обычно связывают ценности к конкретным действиям, а также некоторые значения ценностей могут предсказывать отдельные виды поведения [24]. Таким образом, воспитание – это главная функция работы преподавателя в профессиональной деятельности, выступая передачей, усвоением и накоплением культурно-исторического опыта, социальных норм, национальных традиций, системы ценностей, формированием картины мира.

Результаты исследования

В исследовании приняло участие 67 студентов Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, в возрасте 16-23 года в марте 2022 года. Результаты исследования представлены в таблице 1, в качестве терминальных ценностей методики в среднем по группе, так как именно терминальные ценности отвечают за постановку целей. Расположив терминальные ценности по степени убывания значимости для современной молодежи, мы видим, что на первый план выходят личностные устремления молодежи.

Согласно проведенному исследованию наибольший ранг имеет такая ценность, как «жизненная мудрость», что говорит о предпочтении молодежи психологической зрелости мудрости в восприятии возможных трудностей. Также, высокий ранг присвоен «свободе», тем самым отражая стремление современной молодежи к независимости собственных суждений и свободному выражению собственного мнения. Значимость «счастья других» говорит о заинтересованности в мировом порядке и благополучии социума в целом, что может характеризовать гуманность, открытость и эмпатию современной молодежи. Далее по ранговому уровню располагаются «здоровье», и «любовь».

К сожалению, «красота природы и искусства», говоря о незаинтересованности молодежью культурно-историческими ценностями, находится по рангу на одном из последних мест,

Табл. 1 – Терминальные ценности в исследовании по методике М. Рокича

Терминальные ценности	Ранг в среднем по выборке
Жизненная мудрость (зрелость суждений и здравый смысл, достигаемые благодаря жизненному опыту)	2,3881
Свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках)	3,3881
Счастье других (благополучие, развитие и совершенствование других людей, всего народа, человечества в целом)	4,925
Здоровье (физическое и психическое)	5,5224
Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)	6,5821
Наличие хороших и верных друзей	7,2239
Материально обеспеченная жизнь (отсутствие материальных проблем)	7,8358
Уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)	8,3731
Активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни)	8,3881
Счастливая семейная жизнь	8,5075
Развитие (работа над собой, постоянное физическое и духовное совершенствование)	8,791
Интересная работа	9,5075
Продуктивная жизнь (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей)	10,03
Познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, интеллектуальное развитие)	10,179
Творчество (возможность заниматься творчеством)	11,284
Развлечения (приятное, необременительное времяпрепровождение, отсутствие обязанностей, развлечения)	11,582
Красота природы и искусства (переживание прекрасного в природе и в искусстве)	12,03
Общественное признание (уважение окружающих, коллектива, коллег)	13,239

Обращает на себя внимание результат расположения на последнем месте в выборке такой терминальной ценности, как «общественное признание», это свидетельствует о том, что современной молодежи не обязательно социальное одобрение своих действий и суждений, ведь предпочтение уже отдано «свободе», как ценности.

Результаты исследования инструментальных ценностей представлены в таблице 2 в среднем по группе, отвечающих за достижение целей, в качестве характеристик личности, преобладающих в жизни, также расположенные по степени убывания значимости для современной молодежи.

Благодаря полученным результатам можно сказать, что для современной молодежи важны жизнерадостность, чувство юмора и оптимистичный взгляд на жизненные трудности. Они предпочитают честность, искренность, воспитанность, ответственность.

Кроме того, значимой ценностью в деятельности молодежь рассматривает независимость. «Смелость в отстаивании своего мнения» и «образованность» находятся на почти на равных позициях в иерархии ранжирования инструментальных ценностей, характеризуя современную молодежь, как людей с собственным мнением, просвещенных,

эрудированных, имеющих мужество высказываться, говорить о своей точке зрения.

Далее по уровню предпочитаемых ценностей расположились «самоконтроль», «рационализм», «аккуратность», «широта взглядов», «чуткость», «терпимость».

Наименее предпочитаемыми оказались инструментальные ценности, такие как твердость воли в умении настоять на своем, не отступать

перед трудностями, продуктивность в работе и эффективность в делах, исполнительность и дисциплинированность, непримиримость к недостаткам как в себе, так и в других.

Обращает на себя внимание практически незначимость для респондентов высокой требовательности к своей жизни, высоты запросов. Подобный результат, по нашему мнению, требует дальнейших исследований.

Табл. 2 – Инструментальные ценности в исследовании по методике М. Рокича

Инструментальные ценности	Ранг в среднем по выборке
Жизнерадостность (оптимизм, чувство юмора)	7,1493
Честность (правдивость, искренность)	8,1791
Воспитанность (хорошие манеры, умение вести себя в соответствии с нормами культуры поведения)	8,209
Ответственность (чувство долга, умение держать свое слово)	8,2687
Независимость (способность действовать самостоятельно, решительно)	8,4925
Смелость в отстаивании своего мнения	8,7164
Образованность (широта знаний, высокий культурный уровень)	8,7463
Самоконтроль (сдержанность, самодисциплина)	8,9403
Рационализм (умение здраво и логично мыслить, принимать обдуманные, рациональные решения)	9,0149
Аккуратность (чистоплотность, умение содержать в порядке вещи, четкость в ведении дел)	9,209
Широта взглядов (умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, привычки)	9,2537
Чуткость (заботливость)	9,3731
Терпимость (к взглядам и мнениям других, умение прощать другим их ошибки и заблуждения)	9,4328
Твердая воля (умение настоять на своем, не отступать перед трудностями)	10,373
Эффективность в делах (трудолюбие, продуктивность в работе)	10,731
Высокие запросы (высокие требования к жизни и высокие притязания)	11,836
Исполнительность (дисциплинированность)	11,851
Непримиримость к недостаткам в себе и других	13,731

Выводы

Экономическая и политическая ситуации в мире определяют необходимость защиты российской молодежи от негативного и агрессивного информационного пространства.

Образовательная деятельность, способна предостеречь молодежь от получения неподтвержденных фактов, искаженных суждений и выплеска негативных мнений, обучая критическому

отношению к информации, а также нацелить на патриотизм. развитие навыков любви к семье, культуре и традициям своей страны, а также уважению к истории своей Родины.

Исследование является пилотным и демонстрирует необходимость в расширении выборки, а также в дополнительных методах оценки основных ценностей современной молодежи, в частности, определения отношения к категории патриотизма.

Список источников

1. Бергсон А. Два источника морали и религии / Пер. с фр., послесловие и примечания А.Б. Гофмана. – М.: «Канон», 1994. 384 с. (История философии в памятниках)
2. Большой толковый словарь по культурологии / Б. И. Кононенко. - М.: Вече: АСТ, 2003 (ОАО Ярослав. полигр. комб.). 509, [2] с.: ил.; 22 см.; ISBN 5-94538-390-2 (ООО «Изд-во Вече 2000»)
3. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайденко. – М.: Прогресс, 1990. 808 с.
4. Гегель Г.В.Ф. Философия права. Пер. с нем.: Ред. и сост. Д.А. Керимов и В.С. Нерсисянц; Авт. вступ. ст. и примеч. В. С. Нерсисянц. М.: Мысль, 1990. 524 с.
5. Гуссерль Э. Идея феноменологии: Пять лекций / пер. с нем. Н.А. Артеменко; вступ. ст. и коммент. И.И. Мавринского. — СПб.: ИЦ «Гуманитарная Академия», 2008. 224 с.
6. Дементьев Д.Н. Становление патриотического воспитания в отечественной педагогике и образовании // Преподаватель XXI век. 2010. №3. С. 121-127.
7. Добролюбов Н.А. О степени участия народности в развитии русской литературы (1858). URL: https://www.litres.ru/static/or4/view/or.html?baseurl=/download_book/3086235/60172330/&art=3086235&user=995518253&uilang=ru&catalit2&track_reading (Дата обращения: 20.04.2022)
8. Жильсон Э. Избранное. Том 1. Томизм. Введение в философию с. Фомы Аквинского. М.: СПб.: Университетская книга, 1999. 496 с.
9. Коген Г. Теория опыта Канта / пер. с нем. В.Н. Белова. М.: Академический проект, 2012. 618 с.
10. Каган М.С. Философская теория ценности. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. 205 с.
11. Кон И.С. Словарь по этике. — М.: Политиздат, 1981. 430 с.
12. Леонтьев Д.А. От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности (статья вторая) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14, Психология. 1997. № 1. С. 20 - 27.
13. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; Под ред. проф. Л. И. Скворцова. — 28 е изд., перераб. — М.: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2014. 1376 с.
14. Психологические тесты для профессионалов/ авт. сост. Н.Ф. Гребень. – Минск: Соврем. Шк., 2007. 496с.
15. Столович Л.Н. Кант и проблема ценности // Кантовский сборник: научный журнал. 2009. № 2 (30). С. 20-30.
16. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. М.: Аделант, 2014. 800 с.
17. Чемерилова И.А., Морозов С.И. Патриотическое воспитание современных школьников // Международный научный журнал «инновационная наука». 2016. №12-3/2016. С. 119-121.
18. Черняев А.В. Г.В. Флоровский как философ и историк русской мысли [Текст] / А.В. Черняев; Рос. акад. наук, Ин-т философии. – М.: ИФРАН, 2009. 199 с.
19. Чернышевский Н.Г. Избранные педагогические сочинения: сборник научных трудов / Н.Г. Чернышевский; ред. А.Ф. Смирнов. – Москва: Педагогика, 1983. – 336 с. – (Педагогическая библиотека).
20. Шпилёва Е.В., Зибров И.М. Патриотизм - высшее проявление духовности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. №8-2. С. 186-187.
21. Schwartz, S.H. (1994) Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values? *Journal of Social Issues*, Vol.50, 19 – 45 pages. doi:10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x.
22. Schwartz, S. H., Bilsky, W. (1987) Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 53(3), 550 – 562 pages. doi:10.1037/0022-3514.53.3.550
23. Rokeach, M. (1973) *The Nature of Human Values*. — New-York: L-A, 1973. 438 pages.
24. Yang, Y, Zhou, J, Feng, P, Jiang, G, Long, Y, Zheng, Y. (2019) Values and Behavior Among Minorities in Southwest China: A Cross-Cultural Validation of the Refined Value Theory. *Front Psychol*, Vol.10:1750. doi:10.3389/fpsyg.2019.01750.

References

1. Bergson, A. (1994). Two sources of morality and religion. [Two sources of morality and religion]. Moscow: Kanon. (In Russ.)

2. Kononenko, B.I. (2003). Big explanatory dictionary of cultural studies [Big explanatory dictionary of cultural studies]. Moscow: Veche: AST. (In Russ.)
3. Weber, M. (1990). Selected Works: Per. from German [Selected works]. Moscow: Progress. (In Russ.)
4. Hegel, G.W.F. (1990). *Filosofiya prava*. Per. from German: Ed. and comp [Philosophy of Law]. Moscow: Thought. (In Russ.)
5. Husserl, E. (2008). *Ideya fenomenologii: Pyat' lektsiy* [The idea of phenomenology: Five lectures]. Saint Petersburg: Information Center Humanitarian Academy. (In Russ.)
6. Dementiev, D.N. (2010). *Stanovleniye patrioticheskogo vospitaniya v otechestvennoy pedagogike i obrazovanii* [The formation of patriotic education in domestic pedagogy and education]. *Lecturer XXI century*, 3, 121-127. (In Russ.)
7. Dobrolyubov N.A. (1858). *O stepeni uchastiya narodnosti v razvitii russkoy literatury* [On the degree of participation of the people in the development of Russian literature]. URL: https://www.litres.ru/static/or4/view/or.html?baseurl=/download_book/3086235/60172330/&art=3086235&user=995518253&uilang=ru&catalit2&track_reading (Accessed on April, 20, 2022). (In Russ.)
8. Gilson, E. (1999). *Izbrannoye*. Tom 1. Tomizm. *Vvedeniye v filosofiyu s. Fomy Akvinskogo* [Favorites. Volume 1. Thomism. Introduction to Philosophy p. Thomas Aquinas]. Moscow: Universitetskaya kniga. (In Russ.)
9. Cohen, G. (2012). *Teoriya opyta Kanta* [Kant's theory of experience]. Moscow: Academic projec. (In Russ.)
10. Kagan, M.S. (1997). *Filosofskaya teoriya tsennosti* [Philosophical theory of value]. Saint Petersburg: TOO TK «Petropolis». (In Russ.)
11. Kon, I.S. (1981). *Slovar' po etike* [Ethics Dictionary]. Moscow: Politizdat. (In Russ.)
12. Leontiev, D.A. (1997). *Ot sotsial'nykh tsennostey k lichnostnym: sotsiogenez i fenomenologiya tsennostnoy regulyatsii deyatel'nosti (stat'ya vtoraya)* [From social to personal values: sociogenesis and phenomenology of value regulation of activity (second article)]. *Vestnik Moscow university*, 14, 20 - 27. (In Russ.)
13. Ozhegov, S.I. (2014). *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka: Ok. 100 000 slov, terminov i frazeologicheskikh vyrazheniy* [Explanatory dictionary of the Russian language]: Ok. 100,000 words, terms and phraseological expressions. Moscow: LLC Publishing House World and Education. (In Russ.)
14. Greben, N.F. (2019). *Psikhologicheskiye testy dlya professionalov* [Psychological tests for professionals]. Minsk: Modern. Shk. (In Russ.)
15. Stolovich, L.N. (2009). *Kant i problema tsennosti* [Kant and the problem of value]. *Kant's collection: a scientific journal*, 2 (30), 20-30. (In Russ.)
16. Ushakov, D.N. (2014). *Tolkovyy slovar' sovremennogo russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the modern Russian language]. Moscow: Adelant. (In Russ.)
17. Chemerilova, I.A., Morozov, S.I. (2016). *Patrioticheskoye vospitaniye sovremennykh shkol'nikov* [Patriotic education of modern schoolchildren]. *International scientific journal «innovative science»*, 12-3/2016, 119-121. (In Russ.)
18. Chernyaev, A.V. (2009). *G.V. Florovskiy kak filosof i istorik russkoy mysli* [G.V. Florovsky as a philosopher and historian of Russian thought]. Moscow: IFRAN. (In Russ.)
19. Chernyshevsky, N.G. (1983). *Izbrannyye pedagogicheskiye sochineniya: sbornik nauchnykh trudov* [Selected pedagogical works: a collection of scientific papers]. Moscow: Pedagogy. (In Russ.)
20. Shpileva, E.V., Zibrov, I.M. (2015). *Patriotizm - vyssheye proyavleniye dukhovnosti* [Patriotism is the highest manifestation of spirituality]. *Actual problems of the humanities and natural sciences*, 8-2, 186-187. (In Russ.)
21. Schwartz, S.H. (1994) Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values? *Journal of Social Issues*, 50, 19 – 45. doi:10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x.
22. Schwartz, S.H., Bilsky, W. (1987) Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 550 – 562. doi:10.1037/0022-3514.53.3.550.
23. Rokeach, M. (1973) *The Nature of Human Values*. — New-York: L-A.
24. Yang, Y. & Zhou, J. (2019) Values and Behavior Among Minorities in Southwest China: A Cross-Cultural Validation of the Refined Value Theory. *Front Psychol*, 10:1750. doi:10.3389/fpsyg.2019.01750.

КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE AND CIVILIZATION

УДК 745.51

DOI: 10.5281/zenodo.7379986

ДИЗАЙНЕРСКИЕ КОНЦЕПЦИИ «ЭКО» ИНТЕРЬЕРА И РУССКОЙ ПЛЕТЕНОЙ МЕБЕЛИ

КЕПА Юрий Никитович

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Доцент; e-mail: yurchik05@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию современного стиля «эко» и использованию русской плетеной мебели из натурального и экологического материала – лозы в дизайне интерьера. Предмет исследования – особое внимание уделено проектным концепциям в дизайне интерьера «эко стиля» и художественной мебели из природного и экологического материала. Тема исследования – в статье анализируется связь народного мебельного искусства и современного дизайна интерьера, которую можно рассматривать как основу для создания авторских мебельных изделий из экологического сырья для оборудования интерьерного пространства. Цель исследования – выявить характерные особенности взаимодействия русской, народной, плетеной мебели с дизайнерской практикой проектирования интерьеров в «эко стиле», использование мебельных изделий из натуральных, экологических материалов в жилом интерьере. Гипотеза исследования – связь русского народного искусства и дизайна интерьера в «эко стиле», представление плетеных изделий в качестве произведений мебельного искусства. В исследовании были применены стилистический анализ в отношении стиля «эко», проектной деятельности с практикой дизайн – проектирования интерьера, мебели, и искусствоведческий анализ, рассматривающий историю изготовления русской плетеной мебели. Был проведен анализ истории народного дизайна мебели от творчества русских народных мастеров – лозоплетельщиков до современных дизайнеров интерьера и концептуальной связи мебельных изделий и предметов убранства интерьера в «эко – стиле». Показаны мотивы обращения к созданию плетеных мебельных изделий профессиональных дизайнеров по мебели. Результаты исследования заполняют недостаточно разработанные области в проектировании современного интерьерного пространства и использование русских плетеных мебельных изделий в дизайне интерьера, выполненного в «эко стиле». Актуальность дизайн – концепции мебельных изделий из натурального и экологического материала – лозы для современного дизайна интерьера в стиле «эко» предполагает различные возможности применения основных положений в преподавании профессиональных дисциплин для дизайнеров интерьера и мебели.

Ключевые слова: «эко дизайн», дизайн мебели, дизайн интерьера, русская плетеная мебель.

Для цитирования: Кепа Ю.Н. Дизайнерские концепции «Эко» интерьера и русской плетеной мебели. // Сервис plus. 2022. Т.16. №3. С. 124-135. DOI: 10.5281/zenodo.7379986

Статья поступила в редакцию: 24.05.2022.

Статья принята к публикации: 15.09.2022.

DESIGNER CONCEPTS OF ECO INTERIOR AND RUSSIAN WICKER FURNITURE

Yuri N. KEPA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);

Associate Professor; e-mail: yurchik05@yandex.ru

Abstract. The study is devoted to the modern eco-style and the use of Russian wicker furniture made of natural and ecological materials – vines in interior design. The subject of research is the design concepts in the interior eco-style design and artistic furniture from natural and ecological materials. The research topic is the relationship between folk furniture art and modern interior design, which can be considered as the basis for creating original furniture products from ecological raw materials for equipping interior space. The study applied a stylistic analysis in relation to the eco-style, project activities with the practice of interior design, furniture design, and art history analysis, considering the history of Russian wicker furniture production. The analysis of the history of folk furniture design from the creativity of Russian folk craftsmen – woven weavers to modern interior designers and the conceptual connection of furniture products and interior eco-style decoration items was carried out. The motives of the appeal to the creation of wicker furniture products of professional furniture designers are shown. The results of the study fill in underdeveloped areas in the design of modern interior space and the use of Russian wicker furniture in the interior design, made in the eco-style.

Keywords: eco-design, furniture design, interior design, Russian wicker furniture.

For citation: Кепа Ю.Н. (2022). Designer concepts of eco interior and Russian wicker furniture. Service plus, 16(3), Pp. 124-135. DOI: 10.5281/zenodo.7379986 (In Russ.).

Submitted: 2022/05/24.

Accepted: 2022/09/15.

Введение

В настоящее время широкое распространение получила концепция интерьерного проектирования, ориентированная на дизайн среды обитания и мебельных изделий с использованием экологически чистых, натуральных материалов, вместо пластических масс и искусственных материалов, которые используются в изготовлении мебели, предметов убранства и отделке жилого интерьера, выполненного в «эко стиле» [11, 12, 29]. На этом этапе дизайна интерьера все чаще просматриваются проектные работы с включением мебельных изделий, выполненные народными мастерами – лозоплетельщиками [1, 2, 3, 4, 13, 14, 19]. Изменения произошли и в области дизайна мебельных изделий, тем более, что мебель, выполненная с экологических материалов – лозы, ротанга, является неотъемлемой частью предметной среды, а именно интерьерного, жилого пространства, тесно связана с человеком, его обитаемым пространством [5, 6, 7, 8, 20, 31, 32, 32, 33]. В связи с этим особое значение приобрела проблема творческой концепции дизайнера мебели и интерьера, которая и определила смысловую направленность дизайна мебельных изделий, цели и задачи дизайнерского проектирования [11, 15]. Одной из творческих концепций стала концепция «эко» дизайна [18]. «Эко стиль» ориентирован на создание дизайн – объектов с использованием природных и экологических материалов и включение мебельных изделий, выполненных из натурального сырья, которые помимо утилитарного использования, выполняют эстетическую функцию, являются одновременно предметами интерьера и произведениями мебельного искусства [27, 30, 35, 36, 37, 38].

Цель настоящего исследования – выявить особенности связей народного, крестьянского, мебельного искусства с творческой практикой дизайнера современных, плетеных изделий из экологического сырья – лозы и использование утилитарного предмета как произведения искусства в дизайне интерьера в «эко стиле» [17, 24, 25, 30]. Тема исследования – творческие концепции в дизайне мебельных изделий, которые интерпретировали плетеную мебель как предмет искусства в интерьерном пространстве, а деятельность

лозоплетельщика или дизайнера как художественную деятельность [9, 16]. Эта тема вызывает в последнее время постоянный интерес в дизайнерах мебели и дизайнерах интерьера, выполняющих дизайн интерьерного пространства жилых помещений в «эко стиле» [20, 30]. Поэтому она представляется актуальной для дальнейших исследований и дополнений в проблеме с творческими концепциями связей народного мебельного искусства мастеров – лозоплетельщиков, дизайнеров по мебели и интерьерного пространства. [5, 6, 30]. Существующие исследования рассматривают различия между кустарным производством плетеных мебельных изделий и авторским дизайном, проблемы сотрудничества дизайнера мебельных изделий и мастера изготовителя – лозоплетельщика, превращение бытовых мебельных изделий в произведения мебельного искусства [9, 10, 21, 23, 26, 27, 29, 30].

Материалы и методы

В исследовании рассматриваются связь дизайн – проектирования интерьерного пространства и мебельного производства, искусствоведческий и стилистический анализ творчества народных, крестьянских мастеров – лозоплетельщиков России с середины XIX в. до начала XXI в., и современных дизайнеров по мебели и дизайнеров «эко стиля» [1, 2, 3, 4, 15, 19, 22, 23, 24, 30].

В исследовании термин «эко – стиль» или «эко – мебель» получили распространение в связи с использованием мебельных изделий и предметов интерьерного пространства из натурального, экологически чистого материала и дизайном интерьерного пространства в «эко стиле», которое возникло как альтернатива стандартным решениям с использованием в отделке интерьера натуральных, природных материалов [30]. Цель «эко» дизайна интерьера и «эко» мебели – противодействие процессам унификации и стандартизации мебельного производства, массовым использованием в производстве мебельных изделий и отделке интерьера искусственных, синтетических материалов – пластика, смол, вместо экологических материалов – лозы и ротанга, дерева и стекла, текстиля, натурального камня и керамики [12].

Результаты

«Эко стиль» (греч. *eikos* – дом, местообитание) – «экологический» стиль», дизайн интерьерного пространства, создающий ощущение свежести, спокойствия, естественной гармонии и единения с природой, свободное пространство, наполненное светом, выполненное в цветовой гамме природных оттенков и с использованием натуральных экологических материалов – главная особенность стиля [12, 30].

Причиной возникновения «эко – стиля» в конце XX века стала потребность людей, которые устали от проблем экологии, в создании в своем собственном интерьерном пространстве экологического мира с использованием природных материалов, которые применяются в изготовлении мебельных изделий и в отделке жилого интерьера.

Стиль «эко» основан на идее современных интерьерных стилей в сочетании с натуральными поверхностями и с применяемыми современными технологиями обработки дерева, камня, глины, натуральных тканей. Преимущество «эко стиля» в том, что он с легкостью вписывается во все стилистические направления – «лофт», «хай-тек», «минимализм» или в любой другой современный дизайн интерьера. Высокие технологии и электроника в сочетании с природными материалами создают комфортный, стремящийся к воссозданию природной среды, к единению с природой – современный интерьер [7, 12, 16, 17, 18, 30].

Первыми основателями «эко стиля» считаются скандинавские дизайнеры, соединявшие естественность среды, натуральность и экологичность материалов, а новаторские дизайнерские мебельные изделия и декоративные предметы, выполненные из природных материалов, дополнили жилой интерьер и отличались неповторимостью и индивидуальностью.

За счет заимствования декоративных форм, методов проектирования и дизайна у других стилей, таких, как «лофт», «хай – тек», хотя и они считаются современными, этот стиль «эко» мы не можем назвать уникальным, но на сегодняшний день он является одним из самых востребованных современных стилей.

Безусловно, обращение к природе встречалось и раньше в других стилях. Наиболее ярко природная тематика отразилась в стиле «модерн». Но если «модерн», опирается на элементы классические стилией, то «эко стиль» на современные, не брезгуя присутствием современной техники и электроники, которые не являются природной средой [16].

Стиль «кантри» также относят к стилю «эко», в котором присутствует большое количество декоративных элементов, резьбы по дереву, кружев, росписей, но необходимо помнить, что «эко стиль» отражает современный интерьер, его минимализм, простоту и функциональность, и такое большое количество декоративных элементов, является основной ошибкой в представлении «эко стиля» в виде «кантри» [20].

Связь с природным ландшафтом, например, жилые дома с прорастающими сквозь крыши деревьями, мы можем увидеть в дизайнерских проектных работах «отца модернизма», финского архитектора и дизайнера Алвар Аалто, где он раскрывает смысл «эко» дизайна интерьера, заключенного в самом названии – это попытка воссоздания природной среды в местах обитания человека, где интерьер, выполненный в этом ключе, оптимально гармонирует с окружающей средой и он интересен тем, что продиктован самой природой [12].

Именно природная цветовая гамма, в которой будет выполнен дизайн интерьера – является главной чертой проектирования жилого пространства в экологическом стиле. Цветовую гамму должны составлять природные цвета, нежные пастельные тона, оттенки и фактуры, которые гармонично сочетаются друг с другом – зеленый цвет и все его оттенки природной растительности, напоминающие о свежести листвы, небесно-голубой и светло – голубой цвет, наполняющие пространство воздухом и прохладой, древесные цвета – коричневый и бежевый, песочный и желтый, серый, белый (в контрасте с черным или темным деревом), цвета камня, почвы и воды [12]. Наличие натуральных, экологических, безвредных материалов должно быть обязательным при разработке дизайна интерьера в «эко стиле»: дерево хвойных и лиственных пород, бамбук, агломерат пробкового дерева, натуральный и искусственный

камень, кованный или гнутый металл, полированное или матовое стекло, фактурная кожа, натуральный хлопок и лён, шамотная глина и керамика, бумажные обои и натуральный текстиль, т.е. любые натуральные материалы, которые ассоциируются со словом «природа» можно применить для обустройства жилого интерьера [30]. Для отделки интерьера прекрасно подойдут такие натуральные материалы, как камышовые или другие лиственные обои из натуральных растительных материалов, речные камни, которые можно использовать в качестве облицовки стен. Не обязательно перегружать эти природные фактуры различными узорами, рельефами, яркими красками и оригинальными конструкциями, а если стены в «эко стиле» чаще всего окрашивают в светлый цвет: белый, молочный, бежевый, то в качестве акцента одну из стен отделяют деревом, бамбуком, камнем, керамической плиткой, простыми бумажными обоями с чуть заметным растительным узором или без рисунка.

При дизайне интерьерного пространства в «эко стиле» используют керамическую матовую плитку, однотонную или с орнаментированной растительной фактурой, отделочный природный камень – плитняк, бут, белую фактурную штукатурку. Натуральный камень и деревянный паркет с разнообразным композиционным рисунком или терракотовая плитка естественных оттенков – востребованы для дизайна напольных покрытий в «эко стиле». Отличное решение для дизайна потолков интерьера – использование деревянных панелей или сочетание деревянных балок с выразительным текстурным рисунком и светлым побеленным потолком. Входные и межкомнатные двери могут быть выполнены как из массива лиственных и хвойных пород дерева или облицовываются шпоном ценных древесных материалов. Одним из самых весомых достоинств дизайна интерьера в «эко стиле» можно по праву считать освещенность интерьерного пространства – большие, широкие окна – залог того, что в комнатах всегда будет циркулировать свежий воздух, а обитатели жилья будут наслаждаться обилием дневного света и мягкими солнечными лучами [12, 16, 17, 18, 20, 30].

Предметная среда в интерьере «эко стиля» должна поддерживать ощущение природного происхождения, будь – то деревянные солонки и плетеные корзины, или декоративная композиция из сухоцветов и живых цветов, или декоративные зеленые вазы из стекла и шамотные подсвечники, или крестьянский текстиль из лоскутной ткани и льна, или пучки сухой травы с полевыми цветами и связки лука, чеснока – все это придает особый уют в «эко стиле». Кухонные предметы в интерьере простые, однотонные, пастельных тонов, без сложных декоративных деталей, орнамент может быть выполнен в народном стиле, а сами изделия изготовлены из матовой, шамотной керамики или цветного стекла, текстурного дерева и кованого металла, а скатерти и салфетки из народного текстиля или льна. Ткани «эко стиля» традиционно символизировали сельский быт, шторы из рогожки или циновки, серый неотбеленный холст или натуральные неокрашенные ткани из льна и ситца, плетеные жалюзи – циновки или напольные лоскутные коврики – считаются верхом изысканности [30].

Интерьер, выполненный в «эко стиле» предполагает наличие лишь необходимых мебельных изделий и декоративных предметов, не перегружающих интерьер, а дополняющей его легкостью в восприятии и простотой, изысканностью и неповторимостью, индивидуальностью и представляя их, как произведения мебельного и декоративно – прикладного искусства в дизайне современного интерьера. Мебель «эко стиля» всегда выполняется только из натуральных природных материалов – из массива хвойных и лиственных пород дерева, природного камня или мрамора. При исполнении мягких частей мебельных изделий используется чистый хлопок или лен, декоративный текстиль или лоскутная ткань [30].

Для современного интерьера, выполненного в «эко стиле» – открытых террас, лоджий, санаториев, кафе, дач, комнат отдыха, гостиной идеально подойдут элегантные, легкие, прочные, ажурные, плетеные мебельные изделия из натурального, экологического, растительного материала – лозы, созданные руками высококлассных

мастеров, они способны оживить любой интерьер и удовлетворить самый изысканный вкус.

Плетеные мебельные изделия в интерьере «эко стиля» в сочетании с натуральными материалами – стеклом, металлом, керамикой, текстилем, изготовленные в лучших традициях лозоплетения России, не только дополняют друг друга, хорошо смотрятся, но и украшают жилую среду современного человека очень чуткого к произведениям известных народных промыслов [1, 2, 3]. Мебельные изделия из лозы, тонкой, художественной работы отличаются от прочих произведений декоративно-прикладного искусства прочностью, гигиеничностью и теплотой вложенного в них труда лозоплетейщиков, которые придают своим мебельным творениям неповторимость, оригинальность, изысканность, как подлинным произведениям мебельного искусства [5, 6]. Плетеная мебель всегда привлекала к себе внимание своей легкостью, простотой, изяществом и прелестью лозы из которой она выполнялась не только в России, но и в Западной Европе. Искусство плетения из лозы – одно из древнейших человеческих ремесел. Еще в эпоху каменного века, не зная металлического топора, ножа и шила, человек в совершенстве овладел плетением корзин, сосудов, циновок, орудий для охоты и рыболовства. Самые древние находки были найдены при раскопках археологами в Египте и на Ближнем Востоке. В гробнице фараона Тутанхамона, например, обнаружены два плетеных стула, которые сохранились так, что вполне могли бы украсить современный интерьер. Из старинных манускриптов стало известно, что в Древнем Риме также знали плетеную мебель, а патриции возлежали на плетённых из лозы ложах. Одно мебельное произведение, которое датируется II столетием новой эры, хранится в известном итальянском музее Треве. Популярность плетеных изделий была настолько велика, что мотивы и отдельные элементы техники плетения имитировали в фарфоре. Лозоплетение старше гончарного дела, а перекрестное плетение, применяемое при изготовлении изделий из лозы, в принципе послужило основой для возникновения техники ткачества, и оно обусловило появление кружевных изделий [7, 10, 12, 16, 25, 26].

Особенно широкое распространение плетеные мебельные изделия получили еще в XVIII – XIX вв. В этот период большой популярностью пользовались плетеная мебель, предметы домашнего обихода, изготовлявшиеся в мастерских провинции Шампань во Франции мебельной фирмой Тиротена. Изделия, изготовленные из ивовой лозы, покрывались различными цветными, натуральными красителями, сусальным золотом и серебром [28]. Плетение становится модой, распространяется во всех странах, а в Западной Пруссии и Баварии плетением занимаются десятки тысяч человек. В Англии дизайнеры одной из известных художественных школ Дж. Флетчер и К. Крамптон разрабатывали новые коллекции плетеной мебели для выставки и получив признание и популярность, изделия стали эталоном качества и красоты. Плетение изделия из натурального сырья популярны во всем мире. В Индии, Австралии, Южной Америке можно заметить женские плетение сумочки, корзины, кошельки, в Юго-Восточной Азии, Китае на знаменитых восточных базарах красуется разнообразная снедь, эффективно уложенная во всевозможные, оригинальные плетеные корзины [21]. Манекенщицы французского модельера Пьера Кардена иногда демонстрируют плетеные аксессуары, тонко подчеркивающие стиль. Европейские мастера традиционно плетут в основном из ивовой лозы и достигли в этом деле полного совершенства. В Польше, Венгрии, Болгарии в основном плетут в деревнях, где выращивают плантации различных сортов ивы. В Югославии плетут красивую мебель в производственных условиях, во Франции изделия отличаются разнообразием, оригинальностью замысла, повсюду плетется национальный символ галльский петушок, качеству же плетения часто придается второстепенное значение, а немецкие изделия, наоборот, отличаются тщательностью работы, строгостью форм, четким подбором материала. В Англии, равно как и во многих других западных странах, мастера-плетельщики широко пользуются в своей работе материалом, привезенным из Юго-Восточной Азии и имеющим высокое качество. В этих странах популярным природным материалом является ротанг – материал, представляющий собою очищенные и высушенные стебли тропического

растения каламуса или ротанговой пальмы [Calamus rotang]. Длинный и тонкий, как шнурок, благородных оттенков и с текстурой дерева, он позволяет создавать очень красивые работы.

Время становления национального прикладного искусства народов России уходит своими корнями в глубины веков. Анализ археологических и письменных источников показывают в частности существование на Руси многочисленных ремесел, отличавшихся высоким техническим и художественным уровнем изделий. Так, в IX – XI веках в городах Киевской Руси и древнем Новгороде насчитывалось около двухсот ремесел, а позднее – в XII – XIII веках – даже в молодом Московском княжестве среди сорока ремесленнических специальностей было значительное количество корзиноплетельщиков [1, 2, 3, 4, 28]. Предполагается, что корзиноплетение возникло в районах рек и озер и служило первоначально для нужд рыболовства, рыбаки изготовляли верши, нерети, мережи и другие орудия лова. Постепенно плетение из лозы охватило почти всю территорию Европейской России. Наиболее крупные центры плетения были сосредоточены в Московской, Тверской, Костромской, Ивановской, Владимирской, Ярославской, Нижегородской, Смоленской, Вятской, Казанской, Оренбургской, Пермской, Уфимской, Киевской, Подольской, Волынской, Черниговской и Харьковских губерниях. История развития корзиноплетения очень богата и своеобразна. Своеобразие объясняется целым рядом предпосылок, издревле, способствовавших развитию плетения из ивового прута в нашей стране.

Для выполнения плетеных художественных изделий используют растительный, экологический материал – ивовый прут. Ива – одна из ценных, распространенных древесно – кустарниковых пород умеренного и холодного поясов земного шара, имеющая разностороннее, универсальное применение в народном хозяйстве. Ивушка зеленая встречала человека при рождении – из нее делали колыбельки для ребенка, погремушки, нехитрые игрушки, она и лекарственное растение, ее кора – прекрасный дубитель, а волокно – сырье использовалось для изготовления мешковины, веревок и матов. Цветение ивы – начинается значительно

раньше, чем у других растений, поэтому она является ценным медоносом [5, 6, 13, 15]. Ее широко используют для закрепления песков, обрывов, оползней. Наконец, она дает прекрасный, ценный для плетения материал – прут или, как его еще называют – лозу. Народные умельцы использовали полоски ивовой коры для плетения. Из них плели посуду, обувь, выли веревки и путы для лошадей, ткали небольшие коврики из волокна. В крестьянском хозяйстве ивовую древесину использовали на самые различные нужды. В степных районах нашей страны из ивовых кряжей строили бани, амбары и даже жилые дома. Из крупных стволов долбили корыта, водопойные-колоды, вытесывали клепки для бондарной посуды, легкие лопаты для хлеба и снега. Из ивовых досок сколачивали легкие и теплые ульи. Древесина ивы хорошо режется различными режущими инструментами. Поэтому из нее умельцы изготовляли токарную и резную посуду. Пролежав долгое время в воде, древесина окрашивается в серо-фиолетовый цвет с розовыми и голубоватыми оттенками. В фиолетовый цвет окрашивается также древесина живого дерева, если корни и нижняя часть ствола долго находятся под водой. Естественный цвет древесины ивового прута, придает красивый внешний вид готовой продукции [22, 24, 25].

Плетение изделия всегда отличались красотой и изяществом. Особенно добротными и искусными изделиями славились мастера русских деревень, где промыслом были заняты десятки тысяч человек, причем для многих из них он был подсобным, главным же занятием являлось земледелие. Развитию промыслов способствовала организация школ, в которых обучали плетению. При бумагопрядильных фабриках Вознесенской мануфактуры была открыта одна из первых в 90-х годах XIX ст. школа по обучению лозоплетению на средства известного мецената С.Г. Морозова, которая находилась в 25 км от ст. Пушкино Ярославской железной дороги. Одним из наиболее крупных центров плетения было село Большие Вяземы Звенигородского уезда Московской губернии [28]. Промысел носил форму семейного производства, в котором участвовали все члены семьи, в том числе и дети [1, 2, 3, 4, 5]. Его рождению способствовал

местный помещик князь Д. В. Голицын, который ввел плетение из очищенных прутьев у себя в усадьбе, а затем и в селе Большие Вяземы [6, 14]. Исследователи тех лет отмечали, что корзиночный промысел был весьма распространен в стране, но далеко неравномерно по всей территории. В одной деревне им могли заниматься крестьяне лишь нескольких дворов, и только в редких случаях он охватывал почти поголовно местное население. После XV-й Московской Всероссийской художественно-промышленной выставки в 1892 г. в Москве открыли Кустарный музей, в котором были собраны лучшие образцы мебельных изделий и домашней утвари [1]. В это же время открываются школы, мастерские, с опытными инструкторами, которые обучали кустарей улучшенным приемам плетения, новейшим рисункам и моделям, знакомили с современными запросами рынка, выработке модных изделий по отечественным образцам и руководствам, которые поставлял Московский Кустарный музей, а также по альбомам и книгам, издававшимся в Лондоне, Вене, Париже, Кельне, Нью – Йорке и других городах мира. Все это позволило значительно усовершенствовать технику и технологию изготовления изделий, улучшить их внешний вид.

Ассортимент товаров в начале XX века, в 1900-1914 гг. был очень велик: всевозможная мебель – стулья, столы, кресла, диваны, кушетки, шезлонги, купальные будки, детские коляски и кровати, ширмы, этажерки, газетницы, цветочницы, дорожные принадлежности, сундуки, чемоданы, саквояжи, сумки, так называемый мелкий товар, корзиночки самого различного назначения – для бумаг, ключей, перчаток, рукоделия, цветов и фруктов, хлебницы и сахарницы, плетение тарелочки, красивые коробочки для кондитерских изделий, а также игрушки, погремушки, разные машины, кукольные мебельные гарнитуры, посуда и др. [1, 2, 3, 4, 5]. Из отходов и обрезков, остающихся при изготовлении плетеной мебели, организовывали производство различной кухонной утвари – панно, конфетницы, вазы, подставки, различную бижутерию и привлекательные украшения для дома и семьи, детские игрушки и мебель для детей дошкольного возраста, коляски и санки для кукол, которые были у детей большой

популярностью. Коллекция образцов плетения начала XX века – находится в Звенигородском историко-художественном музее. На художественных особенностях плетеных изделий этой коллекции сказались прежде всего вкусы того времени: большое увлечение традиционными приемами и создание стиля «модерн». В лучших предметах коллекции чувствуется продуманность в пропорциях, линиях и формах, ритмах плетения, фактуре и цвете материала. Цветовая гамма имела очень большое значение: часто форму, рисунок и отделку изделий определял именно материал. Все сырье мастера специально обрабатывали, отделявали, красили в различные цвета. В изделиях они сочетали окрашенные и неокрашенные материалы, часто употребляли для отделки шелковые и хлопчатобумажные ленты с рисунком, набивные многоцветные ткани для подкладки и токарные деревянные детали [6].

В период с окончанием первой мировой войны и до Великой Отечественной Войны традиции старых русских мастеров плетения получили свое дальнейшее гармоничное развитие. По-прежнему много плели в деревнях и селах, но все чаще мастера объединялись в артели и фабрики, на которых работали десятки и сотни рабочих. Основным поставщиком плетеных изделий стала лесопромышленная кооперация, которая в конце 30-х годов объединила более 600 артелей, занимавшихся корзиноплетением и около 200 артелей занимавшихся изготовлением плетеной мебели [31].

Во время Великой Отечественной войны окультуренные плантации ив, заросли рогоза пришли в запустение. Мастерские и фабрики по производству плетеных изделий были разрушены. Плетение как вид профессионального производства в послевоенные 40-е годы, а позднее и в 50-е годы не развивалось. Объем производства многих предприятий по выпуску плетеных изделий заметно сократился, некоторые и вовсе закрывались. И в то же время большинство мастеров, прекративших работу на производстве, не оставили свое ремесло и их мастерство перенимали молодые лозоплетельщики.

В 70-е и последующие годы основными поставщиками плетеных изделий становятся предприятия местной промышленности. Пионерами в

возрождении производства плетеных изделий различного назначения в системе местного хозяйства явились Ивантеевский селекционный опытно-показательный питомник и Сорокский лесхоз, которые являются школой передового опыта в данном виде промысла. Одним из таких мест, где лозоплетение является традиционным промыслом, считается Одинцовский район Московской области, где есть целые деревни и посёлки, названия которых связаны с плетением корзин. Это Большие и Малые Вяземы, там плели, то есть вязали корзины, названные по имени речки Вяземки, вдоль которой растут разные виды лозы. Это и Петелино, где жили и работали петельщики — так называли в старину людей, которые плели корзины [2, 3, 4, 13].

В век сверхтехнологий и сверхматериалов плетение изделия, изготавливаются в Подмосковье, умелыми руками мастеров Дороховской, Рузской мебельных фабрик, промышленно – коммерческими фирмами «Абрис» (г. Кирово – Чепецк), «Лоза – Мебель» (г. Москва) и др., а их плетеные изделия великолепно зарекомендовали себя на верандах особняков и дач по всей России, теннисных кортах, бистро и летних кафе Германии, Турции, Сингапура и в современных интерьерах стали особенно модными. Причем, как правило, они воссоздают ностальгическую атмосферу уюта и благополучия дворянских усадеб минувшего века, а золотистое кружево ивовой лозы, чаруют своими ритмами, уводят от стрессов века нынешнего [30].

Технология изготовления плетеных изделий совершенствовалась тысячелетиями. Из поколения в поколение от деда к отцу, от отца к сыну передавались приемы и способы плетения, тайны изготовления отдельных изделий, которые по своему внешнему виду и отделке нередко были на уровне художественных произведений и с полным правом относились к произведениям декоративно-прикладного искусства. Появились мастера, способные удовлетворить самый взыскательный спрос. Народные умельцы создавали, используя простые материалы и доступные способы их обработки, высокохудожественные предметы плетёной мебели, ярко отражающие национальные черты быта и художественные вкусы народов различных регионов нашей страны. Плетёные изделия

производились как для богатых, так и для бедных слоёв населения, соответственно повышенной и низкой стоимости. В основу художественного оформления и орнаментирования внешнего вида плетеных изделий были заложены традиционные народные мотивы – сказочные образы птиц – пав, которые имеют общеизвестное символическое значение – представление не только о красоте окружающей природы [1, 2, 3, 4]. Основой композиционного строя узоров с птицами являлись орнаментальные симметрические композиции из птиц с пышным гребнем в виде цветов, по старому обычаю он воспринимался у русских, как весеннее пробуждение природы, ее цветение, цветущий сад, рай [26]. Сказочные птицы-павы величавы и горды, но вместе с тем они доброжелательны, считались символом возрождения жизни, добра и любви, неся по поверьям хозяину дома мир, счастье и благополучие семейной жизни. Они полны жизненной силы и сдержанного внутреннего напряжения. Именно симметрия – одно из форм гармонического строя узора, подчеркивает устойчивость, спокойствие, уравновешенность и законченность композиции. В основном при разработке эскизов, рабочих чертежей, узлов, деталей ставились задачи изготовить простые изделия, но отличающиеся легкостью, изяществом формы, декоративностью отделки, тонкостью работы, как кружево, каждая деталь должна служить общему замыслу. Использовались разнообразные виды плетения, их комбинации и особенно сочетание сплошного с ажурным, потому что один и тот же вид ажюра в зависимости от сочетания с другими видами плетения, а также формы изделия и материала воспринимается по-разному.

Плетеные мебельные изделия прекрасны пластичностью самого материала, ритмом рисунка различных переплетений, разнообразием форм, пропорций, неповторимостью простого изящества – результатами многовековых творческих поисков, скромного ремесленного труда и непременно – любви мастера к своей работе. Рукотворные плетеные изделия с натуральных материалов в интерьере «эко стиля» – часть предметной среды, подчеркивают статус владельца и придают ценность мебельным изделиям, дополняют интерьер,

делают его неповторимым и колоритным, отражают образ жизни и индивидуальность человека.

Обсуждение результатов

Первый момент, который требует обсуждения – вопрос терминологии. Как уже отмечалось выше, проблемы, затронутые в данном исследовании, чаще всего изучались в плоскости взаимодействия дизайна современного интерьерного пространства в «эко стиле» и использование в этом интерьере мебельных изделий, выполненных в стиле «эко мебель». В исследовании термин «эко мебель» и «эко стиль» получили распространение в связи с использованием в современном интерьере плетеных мебельных изделий и декоративных предметов из натурального и экологического сырья (лозы) в лучших традициях русского народного мебельного искусства руками мастеров – лозоплетейщиков и дизайном интерьерного пространства в «эко стиле» с использованием в отделке интерьера природных материалов – дерева и стекла, натурального камня и керамики, металла и текстиля вместо искусственных и синтетических материалов – пластика, смол, клеев, которые широко применяются в изготовлении мебели, строительных и отделочных работах.

Второй момент о востребованности мебельных плетеных изделий, выполненных в старых традициях лозоплетения. В настоящее время строительство и дизайн дачных коттеджей, роскошных дач, современного интерьерного пространства, выполненных в «народном» стиле или «эко стиле» предоставляет широкое поле деятельности для дизайнеров и исполнителей, которые с успехом разрабатывают эксклюзивный дизайн интерьера, и развивают забытое на десятилетия искусство лозоплетения – плетеную мебель традиционных промыслов России.

Хотелось бы надеяться и на то, что те художественные достоинства плетеных изделий народных художественных промыслов, те традиции народного искусства, которые дошли до нас через столетия, благодаря книжным источникам, Музею Народного искусства, тем людям, истинным творцам-художникам, которые до сих пор, не взирая ни на трудности нашего времени, ни на различные проблемы нашей жизни – просто преданы этому делу – сохранению, возрождению и

развитию народных художественных промыслов как части культурного наследия России. Опыт наших седых дедов и прадедов будет продолжаться, а рукотворные мебельные изделия будут востребованы в современном интерьере, если учитывать экологическую чистоту материала и использование ее в современном дизайне интерьера, выполненном в «эко стиле».

Третий момент о роли дизайнеров мебели и интерьерного пространства в создании индивидуальной экологической среды обитания с использованием бесценных, природных материалов. Создаваемые мастерами и художниками промыслов предметы, имея утилитарно-хозяйственное или духовно – символическое назначение, привлекали людей своей эмоциональной красотой, свидетельствовали о присущем человеку творческом начале и связи его с природой. Изучая те традиции народного искусства, как формы изделий, используемый материал, технику его обработки, художественные, сюжетные и орнаментальные мотивы, сохраняя все то лучшее, что было найдено предыдущими поколениями мастеров по плетению мебельных изделий, мастера создавали свои образы символических птиц, растительных и геометрических орнаментов, вносили в облик черты, отвечающие ее индивидуальному пониманию прекрасного и неповторимого. Соединяли с новыми чертами декоративного – прикладного искусства сегодняшнего дня, так как объединение растительного орнамента и изобразительных элементов в традиционной форме, доносящие до наших дней идеи добра, радости и счастья дают каждый раз новые неожиданные дизайнерские решения в интерьере «эко стиля».

Экологическая чистота материала и качество плетеной мебели делают ее все более популярной и желанной. Она создает в современном интерьере, выполненном в «эко стиле» ностальгическую атмосферу уюта и благополучия, а золотое кружево ивовой лозы, пронизанное солнечным светом, чарует своими спокойными ритмами, уводит от стрессов. Трудно переоценить роль народного искусства в создании среды человеческого обитания, неотделимой от его частной и общественной жизни. Именно вещественность, принадлежность к предметному миру и одновременно

духовность обеспечивают многовековую жизнь этому искусству. Создание комфортной и художественно-выразительной среды, окружавшей человека, рукотворность, обаяние утилитарных и сувенирных изделий предприятий народных художественных промыслов обязывают коллективы этих предприятий создавать продукцию современного звучания, не забывая при этом историю и традиции, характерные месту возникновения промысла, приемы мастерства и технологии декоративно-прикладного искусства. Это и накладывает огромную ответственность на людей, участвующих в дизайне среды: архитекторов, дизайнеров, художников монументального и декоративно-прикладного искусства, и в их числе мастеров народных художественных промыслов. Все эти коррективы и должны вносить художники – творцы, истинные мастера своего дела, знающие цену подлинного искусства – дизайнеры современного направления, которое именуется ныне «эко стилем».

Заключение

В настоящем исследовании:

– был проведен анализ творческой практики дизайна народной, крестьянской мебели в исторической перспективе с целью выявить этапы становления концепции дизайна современных мебельных изделий из лозы и дизайна интерьерного пространства с использованием природных экологических материалов в «эко стиле»;

– исследованы причины стремления представлять плетеную мебель, прежде всего изделия от кустарных ремесленников – лозоплетейщиков, как предмет интерьерного искусства, а деятельность кустарей и народных мастеров лозоплетения – как художественную деятельность;

– проанализировано, как представление плетеной мебели из природных материалов в качестве произведения мебельного искусства наделяет его дополнительной символической ценностью;

– показаны мотивы обращения к созданию мебельных изделий из природных, экологических материалов профессиональных художников в разные периоды.

Рассмотренные примеры из истории дизайна плетеной мебели и дизайна интерьерного пространства в «эко стиле» дают основания полагать, что концепция «эко» дизайна получила признание в этой области дизайна, и имеет реальные перспективы для развития в будущем. Актуальность концепции «эко» дизайна интерьера и дизайна плетеных мебельных изделий из натуральных, экологических материалов предполагает различные возможности применения основных положений в преподавании профессиональных дисциплин для дизайнеров по интерьеру, которые будут работать в интерьерной или мебельной индустрии.

Список источников

1. Альбом кустарных изделий. М., НИИХП. 1914.
2. Альбом. Плетение из прута. Вяземская артель. Фотографии. 1915.
3. Альбом плетеных изделий. Изделия Вяземской артели. Ст. Голицыно. 1915.
4. Альбом фотоснимков по корзинно – мебельному производству. 1891-1902. Московского губернского земства. М., 1902.
5. Артемов А.И. Плетение из лозы. Материалы экспедиции 1970г. М., 1970.
6. Барадулин В.А. Плетение из лозы изделия. Альбом. М., НИИХП, 1969.
7. Бекодаров А.А. Художественное плетение из ивового прута. М., Лесная промышленность, 1986.
8. Блай Д. Декоративная мебель. Пер. с англ. Н.Е. Юркевич. М., 2003.
9. Богданова О.В. Крестьянская мебель конца XIX - начала XX века в собрании музея «Малые Корелы». Архангельск. 2012, Правда Севера, 2012.
10. Голубева О.Л. Основы проектирования. М., Изд. В. Шевчук, 2014.
11. Караманский С. А. Плетёные изделия. М., Экология, 1992.
12. Каталог. Плетение изделия Голицынской артели. 1916.
13. Керн Э.Э. Ива, ее значение, разведение и употребление. 5 изд. М., 1919.
14. Кес Д. Стили мебели. Будапешт. Издательство Академии Наук Венгрии, 1981.
15. Коробкова А. Зогородный особняк. М., Красивые дома Пресс, 2006.

16. Макеев Ф.Н. Практическое руководство и изготовление корзиночных изделий и плетеной мебели. СПб., 1913.
17. Мак-Коркодейл Ч. Убранство жилого интерьера от античности до наших дней. М., 2006.
18. Мейнард Б. Плетение. Книга для учащихся. Пер. с англ. М., Просвещение., 1981.
19. Никулин Ф.М. Плетеные изделия. М., Лесная промышленность, 1982.
20. Отт А. Курс промышленного дизайна. М., Художественно – педагогическое издательство, 2005.
21. Петров Е. П., Суворов П.А. Руководство по плетению из ивовых прутьев и камыша. Козины, плетеная мебель, мелкие изделия из прута и др. материалов. М., 1913.
22. Принцип Тонета. Мебель из гнутой древесины и стальных трубок. Нюмберг. Типография Хайнрих Антес, 1991.
23. Рождественская С.Б. Русская художественная традиция в современном обществе. М., Наука, 1981.
24. Соломонова Г.А. Плетение изделий из лозы. Альбом. М., 1971.
25. Суворов П.А. Производство корзин и плетеных изделий из прута в Перхутковской волости, Звенигородского уезда, Московской губернии. М., 1911.
26. Ткачев В.Н. Архитектурный дизайн. М., Архитектура – С, 2008.
27. Чесноков В.И. Производство корзин и плетеной мебели. М.-Л., КОИЗ, 1940.

References

1. Handicraft Album. Moscow, NIIHP. 1914. (In Russ)
2. Album. Weaving from a Rod. Vyazemskaya Artel. Photos. 1915. (In Russ)
3. Album of Wicker Products. Products of the Vyazemskaya artel. St. Golitsyno. 1915. (In Russ)
4. Album of Photographs on Basket-furniture Production. 1891-1902. Moscow Provincial Zemstvo]. Moscow, 1902. (In Russ)
5. Artemov A.I. Weaving from a vine. Materials of the 1970 expedition. Weaving from a Vine. (In Russ)
6. Baradulin V.A. Wicker Weaving Products. Album. Moscow, NIIHP, 1969. (In Russ)
7. Bekodarov A.A. Artistic Weaving from a Willow Twig. Moscow, Lesnaia promyshlennost, 1986. (In Russ)
8. Bly J. Dekorativnaia mebel. Per. s angl. N.E. Iurkevich Decorative Furniture. Moscow, 2003. (In Russ)
9. Bogdanova O.V. Peasant Furniture of the Late 19th - early 20th centuries in the Collection of the Malye Korely Museum. Arkhangelsk. 2012, Pravda Severa, 2012. (In Russ).
10. Golubeva O.L. Design Basics. Moscow, Izd. V. Shevchuk, 2014. (In Russ).
11. Karamanskii S. A. Wickerwork. Moscow, Ekologija, 1992. (In Russ)
12. Katalog. Catalog. Weaving Products of the Golitsyn Artel. 1916. (In Russ)
13. Kern E.E. Iva, Willow, its Meaning, Breeding and Use. 5th Edition. Moscow, 1919. (In Russ)
14. Kes D. Furniture Styles. Budapest. Publishing house of the Hungarian Academy of Sciences Editions de l'Academie Hongroise des sciences, 1981/ (In Russ)
15. Korobkova A. Country Mansion. Moscow, Krasivye doma Press, 2006. (In Russ).
16. Makeev F.N. Practical Guidance to Making Baskets and Wicker Furniture. Saint-Petersburg, 1913. (In Russ)
17. McCorquodale C. Interior Decoration from Antiquity to the Present Day. Moscow, 2006. (In Russ)
18. Maynard B. Pletenie. Student book. Per. s angl. Basketry. Book for Learners. Transl. from English. Moscow, Prosveshchenie, 1981. (In Russ)
19. Nikulin F.M. Wickerwork. Moscow, Timber industry, 1982. (In Russ).
20. Ott A. Industrial Design Course. Moscow, K Artistic and pedagogical publishing house, 2005. (In Russ)
21. Petrov E. P., Suvorov P.A. A Guide to Weaving from Willow Twigs and Reeds. Baskets, Wicker Furniture, Small Products from a Rod and Other Materials. Moscow, 1913. (In Russ)
22. Vegesack, von A. Thonet's Principle. Furniture in Bent Wood and Tubular Steel. Nuremberg. Heinrich Antes Printing House, 1991. (In Russ)
23. Rozhdestvenskaia S.B. Russian Artistic Tradition in Modern Society, Moscow, Nauka, 1981. (In Russ)
24. Solomonova G.A. Albom Weaving from a Vine. Album. Moscow, 1971. (In Russ)
25. Suvorov P.A. Production of Baskets and Wickerwork from a Rod in Perkhutkovskaya Volost, Zvenigorodsky District, Moscow Province. Moscow, 1911. (In Russ)
26. Tkachev V.N. Architectural Design. Moscow, Arkhitektura-S, 2008. (In Russian) Uvarov A. Environmental Design. Moscow, Sovpadenie, 2015. (In Russ)
27. Chesnokov V.I. Manufacture of Baskets and Wicker Furniture. Moscow, Leningrad, KOIZ, 1940. (In Russ)

КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE AND CIVILIZATION

УДК 338.48:76(470.51) (045)
DOI: 10.5281/zenodo.7380009

СТРИТ-АРТ В КУЛЬТУРНОМ ЛАНДШАФТЕ ИЖЕВСКА

ОКОННИКОВА Татьяна Ивановна

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Кандидат исторических наук, доцент; e-mail: okonnti@gmail.com

БЕРЕСТОВА Екатерина Михайловна

Удмуртский государственный университет (Ижевск, РФ);

Кандидат исторических наук, доцент; e-mail: kabestova@mail.ru

АКАТЬЕВА Лариса Валерьевна

Удмуртский государственный университет (Ижевск, РФ);

Старший преподаватель; e-mail: larisa_akatieva@mail.ru

Аннотация. На протяжении всей своей истории культурный ландшафт Ижевска преобразовался вместе с изменениями, происходившими в стране и в мире. На современном постсоветском этапе развития города его культурный ландшафт пополнился значительным количеством объектов уличного искусства. Данная статья представляет собой попытку системного и иконографического анализа объектов стрит-арта города Ижевска и их роли в преобразовании культурного ландшафта города, формировании его привлекательности для путешественников и горожан. Проведенная в данной работе систематизация объектов стрит-арта позволит сделать вывод о том, что уличное искусство Ижевска наиболее ярко представлено пятью направлениями, среди которых лидирует социальная проблематика, национальная тема и известные личности. Формы уличного искусства Ижевска разнообразны, но доминирует формат граффити. В статье представлены изображения ключевых городских арт-объектов, размещенных на «Онлайн-карте стрит-арта в Ижевске». Можно констатировать, что ижевский стрит-арт развивается в русле мировых тенденций, являясь как формой самовыражения художников, так и способом гармонизации городского пространства. Происходит трансформация взглядов горожан и представителей городской власти на стрит-арт. История города вдохновляет художников на создание образов мастеров-оружейников, что поддерживается администрацией и жителями Ижевска и служит основой для воспроизводства в новых реалиях культурного ландшафта городских традиций прошлого. Созданные арт-объекты способствуют трансформации как уже существующих в Ижевске экскурсионных программ, так и появлению новых туристических маршрутов, что делает город более привлекательным не только для туристов, но и для жителей.

Ключевые слова: культурный ландшафт, городское пространство, городская среда, стрит-арт, уличное искусство в Ижевске.

Для цитирования: Оконникова Т.И., Берестова Е.М., Акатьева Л.В. Стрит-арт в культурном ландшафте Ижевска. // *Сервис plus*. 2022. Т.16. №3. С. 136-147. DOI: 10.5281/zenodo.7380009

Статья поступила в редакцию: 01.07.2022.

Статья принята к публикации: 28.09.2022.

STREET ART IN THE CULTURAL LANDSCAPE OF IZHEVSK

Tatiana I. OKONNIKOVA

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
PhD of Historical Sciences, Associate Professor; e-mail: okonnti@gmail.com

Ekaterina M. BERESTOVA

Udmurt State University (Izhevsk, Russia);
PhD of Historical Sciences, Associate Professor; e-mail: kaberestova@mail.ru

Larisa V. AKATIEVA

Udmurt State University (Izhevsk, Russia);
Senior Lecturer; e-mail: larisa_akatieva@mail.ru

Abstract. Throughout its history, the cultural landscape of Izhevsk changed along with the changes that took place in the country and in the world. At the modern post-Soviet stage of the development of the city, its cultural landscape was replenished with a significant number of street art objects. This article contains systematic and iconographic analysis of street art objects of Izhevsk and their role in creating the cultural landscape of the city and its attraction for tourists and citizens. The systematization of street art objects made in the article led to the conclusion that the street art of Izhevsk is most vividly represented by five areas. The main ones are social and national theme and famous personalities. Types of street art of Izhevsk is diverse, but the graffiti format dominates. The article contains the images of urban art objects placed on "Online map of street art in Izhevsk". It can be stated that street art of Izhevsk is developing in line with global trends, being both a form self-expression of artists, and a way to harmonize the urban space. The views of citizens and local authorities on street art are changing. Less and less works of street artists are evaluated as vandalism. Some art objects (for example, cycle of works within the framework of the project "Just gunsmiths") are a matter of pride, have become an integral part of the cultural landscape. The modern street art creates conditions for the development of a new type of cultural tourism in Izhevsk.

Keywords: cultural landscape, urban space, urban environmental, street art, street art in Izhevsk.

For citation: Okonnikova T.I., Berestova E.M., Akatieva L.V. (2022). Street art in the cultural landscape of Izhevsk. Service plus, 16(3), Pp. 136-147. DOI: 10.5281/zenodo.7380009 (In Russ.).

Submitted: 2022/07/01.

Accepted: 2022/09/28.

Введение.

Ижевск – крупный промышленный, торговый, научно-образовательный и культурный центр Поволжья и Предуралья, столица Удмуртской Республики. Основой для создания города стал поселок при железоделательном заводе, построенном в 1760 г., впоследствии, с 1807 г., рядом с железоделательным заводом строится оружейный завод и с этого времени начинается более активное развитие Ижевска. После революции 1917 г. Ижевск приобретает статус города, в 1921 г. становится столицей Вотской автономной области, а с 1934 г. столицей Удмуртской автономии. В настоящее время Ижевск является двадцатым по численности городом России, имеет развитую инфраструктуру, многочисленные объекты промышленности и торговли, культурные и образовательные учреждения, памятники истории и культуры.

Процесс формирования культурного ландшафта Ижевска можно условно разделить на три хронологических этапа: досоветский, советский и постсоветский. Для каждого из этих этапов характерен собственный подход к структурированию и осмыслению городского пространства.

Трансформация заводского поселка в город-завод, а потом в столицу республики, деловой и культурный центр региона сопровождалась изменениями топонимической системы, городской символики, художественного и пространственного оформления городской среды. В постсоветский период в культурном ландшафте Ижевска появилось много новых объектов – торговые центры, высотные новостройки, рекламные конструкции, скверы и другие объекты.

Современное пространство города – сложная организованная система материальных объектов, художественных образов и закодированных смыслов. Одной из примет нового времени стал выход художественных практик из мастерских и музейных залов на улицы города, что особенно ярко проявилось в уличном искусстве Ижевска. В настоящее время в городе можно увидеть разнообразные объекты стрит-арта, появляются новые формы уличного искусства и совершенствуется его исполнение.

Со второй половины XX в. отечественные и зарубежные исследователи активно ведут дискуссии о феномене города, о месте отдельных элементов городской среды в культурном ландшафте. Стрит-арт является одной из популярных среди исследователей тем. Возникнув в 1970-е как форма протеста и средство самовыражения молодежи, стрит-арт на сегодняшний момент превратился в специфическое направление искусства и стал неотъемлемой частью городской среды, но по-прежнему, вызывает споры как среди исследователей, так и среди горожан.

Цель и методология.

Целью настоящей работы является изучение роли стрит-арта в процессе формирования культурного ландшафта города Ижевска.

Теоретической и методологической базой для данного исследования послужили фундаментальные и прикладные работы в области культурологии, географии, социологии, искусствоведения, дизайна и урбанистики. Методологической основой исследования стал комплекс общенаучных (анализ, синтез) и специальных методов, в том числе систематизация и метод иконографического анализа. В основу исследования положена концепция культурного ландшафта.

Культурный ландшафт – термин, появившийся первоначально в среде географов, а затем получивший признание и применение в культурологических и социологических исследованиях, в работах дизайнеров и урбанистов [3, 10]. В настоящее время культурный ландшафт принято понимать как «природно-культурный территориальный комплекс, сформировавшийся в результате эволюционного взаимодействия природы и человека, его социокультурной и хозяйственной деятельности и состоящий из природных и культурных компонентов, находящихся во взаимосвязи и взаимообусловленности» [8, с. 162]. По мнению Д.А. Алисова к числу основных элементов формирования и развития культурного ландшафта города относятся: «городское пространство и архитектурные сооружения, топонимы и топонимические системы, коммеморативные практики и городские праздники, городская символика и символические объекты, восприятие городской среды» [9, с.8].

Стрит-арту как самостоятельному культурному явлению и как элементу городского пространства посвящены многочисленные исследования зарубежных и отечественных авторов. Публикации можно дифференцировать следующим образом: обширный электронный и книжно-альбомный формат публикаций с акцентом на иллюстрации; монографические работы о стрит-арте, раскрывающие его многочисленные аспекты, например, анализирующие генезис уличного искусства [1], его ключевые социальные задачи и функции [15]; стрит-арт в культурном ландшафте городов [2, 11, 13]; изучающие правовые аспекты [17]; культурную ценность [6, 12]; публикации, посвященные представителям уличного искусства [14]. Можно выделить общетеоретические обзоры, посвященные осмыслению базовых понятий стрит-арта [4, 16, 20]. Отметим, что академические дискуссии относительно самого феномена стрит-арта, используемой терминологии, не утихают.

Появляются публикации, делающие попытки анализа роли стрит-арта в повышении туристской привлекательности города, в первую очередь, для такого сегмента путешественников, как молодежь [7] и брендинга территории [5, 18]. Отдельно отметим книгу А. Вацлавек [19], в которой последовательно осмысляются граффити и стрит-арт как глобальные городские явления.

Результаты.

В настоящее время в Ижевске имеется большое количество объектов уличного искусства, созданных в постсоветский период. Они расположены на территории всего города. Большая часть работ возникла вследствие проведения арт-фестивалей. Авторами стали как местные художники, так и приглашенные мастера из других городов и стран. Большая часть объектов помещены на онлайн-карту стрит-арта в Ижевске, размещенной в Google Maps¹. Карта разработана местными поклонниками уличного искусства и энтузиастами его продвижения, и периодически обновляется. Таким образом, и специалисты, и просто любопытствующие имеют возможность пользоваться этим ресурсом.

¹ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске». <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=14taqxuOkboG43pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.858947537808476%2C53.23377915000002&z=12> (Дата обращения: 15.03.2022)

Классификация объектов стрит-арт искусства в Ижевске, предложенная ниже, также основана на данных, представленных на этой карте. Кроме того, использованы дополнительные источники – материалы СМИ и ресурсы Интернет. Все объекты стрит-арта по тематике можно разделить на пять групп:

1. Отражающие острые социальные темы.
2. Посвященные национальной тематике.
3. Посвященные известным личностям.
4. Объекты, созданные в рамках проекта «Просто оружейники».
5. Отражающие философско-эстетические проблемы, тему свободы самовыражения художника.

В первую группу объектов, посвященных социальной тематике, могут быть отнесены такие работы, как серия объектов «Упаковка», стэнсил-арт «Голодовка ижевских педиатров», картина «1+1=1» или «Пример толерантности», созданная дизайнером Д. Башевым, картина «Спасибо врачам» Д. Костицына, граффити «Доктора-супергерои» К. Токарева. Рассмотрим более детально историю и особенности создания некоторых из них.

Серия объектов «Упаковка» является одной из первых образцов уличного искусства в Ижевске (Рис.1). Она создана в начале 2000-х годов в рамках проекта «Не кантовать» или «Упаковка». Авторы идеи – А. Ханьков и арт-группа «Археоптерикс» (сейчас «Творческая дача»). Художниками было расписано четыре девятиэтажных дома в Ижевске, один в Ульяновске, а один в Амстердаме. девятиэтажные дома расписаны знаками-«оберегами», обычно использующимися на упаковочных коробках и предупреждающих потребителя о требованиях при транспортировке и использовании. Акция «Упаковка» призывает беречь людей: «не мочить, не бить, не кантовать». По мнению авторов, суть акции состоит в том, чтобы акцентировать значимость каждой человеческой жизни для общества и для самого человека. Также в ней содержится призыв: «Сколько можно строить подобные дома – коробки?!»².

Серия объектов в технике стэнсил-арт «Голодовка ижевских педиатров» (Рис.2) создана

² Пантелеева Е. Дурацкий вопрос: что означают надписи «Не кантовать» на ижевских многоэтажках? // Ижлайф. 14 января 2013. URL: zhlife.ru/events/29476-durackiy-vopros-cto-oznachayut-nadpisi-ne-kantovat-na-izhevskih-mnogoetazhkah.html. (Дата обращения: 10.02.2022)

местным художником Дмитрием Коротаяевым как отклик на итальянскую забастовку детских врачей нескольких больниц Ижевска в 2013-ом году, вызванной недовольством из-за низкой зарплаты и чрезмерных нагрузок³. Это – самый яркий проект художника и первый стрит-арт объект в Ижевске, который является глубокой и пронзительной реакцией сочувствия на болезненную социальную тему со стороны людей творчества. Серия включает три одинаковых изображения, выполненных в технике стэнсил-арт – одна из разновидностей граффити, рисование с помощью стэнсилов-трафаретов⁴.



Рис. 1. – Объект серии «Не кантовать» или проекта «Упаковка»⁵

Из второй, пока наиболее малочисленной, группы объектов стрит-арта, посвящённых национальной тематике (на онлайн карту в настоящее время нанесены два объекта), следует обратить внимание на объект «Легенда Удмуртии», выполненный современным ижевским художником А. Рикшетом на строении в г. Ижевск по адресу ул. Удмуртская, 269а (Рис.3). На ней изображена девушка, образ которой восходит к национальным удмуртским традициям.

³ Макарова А. Врачи объявили "итальянскую забастовку" // Российская газета. 25.03.2013. URL: <https://rg.ru/2013/03/25/reg-pfo/zabastovka-anons.html> (Дата обращения: 15.01.2022)

⁴ Что такое Стэнсил-арт // Словарь молодежного слэнга. URL: <https://www.math-solution.ru/slang/9775> (Дата обращения: 17.02.2022)

⁵ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске». <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.868109%2C53.22250039999998&z=12> (Дата обращения: 15.03.2022)

Картина акцентирует внимание на важности сохранения национального самосознания и локальной идентичности.

Еще одним объектом с национальным, и в то же время интернациональным, колоритом является фреска «Перемещение», созданная на одном из фасадов выставочного центра «Галерея» американской художницей Н. Чакон, участвовавшей в стрит-арт-фестивале «Ижевск. Интервенция» в 2013 г. (Рис.4).

На фреске в ярких и сочных тонах изображена женщина в цветастом платке. «Платок становится неким символом перемещения традиций из одной культуры в другую. Цветастый платок становится неким посланником общей и понятной всем красоты. На моей фреске орнамент перемещается от головы женщины к кончикам пальцев рук, где присела птица – символ движения. Птица, готовая к полету по миру, готовая нести красоту дальше», – рассказала Н. Чакон⁶. К сожалению, данный объект может оказаться недолговечным – по мнению автора, фреска в условиях местного климата может сохраняться 5-10 лет, а потом может растрескаться, а слои краски постепенно отлетают.



Рис. 2. – Стэнсил-арт «Голодовка ижевских педиа-тров»⁷

⁶ Романова К. Фреску «Перемещение» презентовала американская художница Ижевск // Известия Удмуртской Республики. URL: https://izvestiaur.ru/news/view/10657101.html?sphrase_id=1142849 (Дата обращения: 15.02.2022)

⁷ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске». <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.84294760000002%2C53.24317029999998&z=11> (Дата обращения: 15.03.2022)

Рис. 3. – Картина «Легенда Удмуртии»⁸Рис. 4. – Фреска «Перемещение» Н. Чакон⁹

Третья группа объектов объединяет изображения известных людей, как правило, оставивших

⁸ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске». <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.8805446%2C53.222194700000024&z=11> (Дата обращения: 15.03.2022)

⁹ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске». <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.8521239%2C53.20578969999998&z=11> (Дата обращения: 15.03.2022)

заметный след в искусстве и культуре. В их числе объекты, посвященные П. Чайковскому, В. Цюю, А. Векшиной, граффити в память о Децле.

Так, великому русскому композитору П. И. Чайковскому (1840-1893) в Ижевске посвящены 2 объекта стрит-арта: картина «П. И. Чайковский», созданная в рамках фестиваля уличного искусства 2019-2020 г. бригадой Арт-резиденции (Рис.5) и панно «П. И. Чайковский», располагающееся на стене дома по адресу ул. 9 Января, 169¹⁰.

Внимание к П. И. Чайковскому со стороны местных художников неудивительно – выдающийся композитор родился и провел детство в г. Воткинск, который находится примерно в 40 километрах от Ижевска, и считается культурным символом Удмуртской Республики, столицей которой является город Ижевск.

Рис. 5. – Картина «П.И. Чайковский»¹¹

На странице «Стрит-арт фестиваль. Ижевск. 2019-2020» в социальной сети «ВКонтакте»

¹⁰ Молодежное объединение «Арт-резиденция». <https://vk.com/artrezidenciya> (Дата обращения: 15.03.2022)

¹¹ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске». <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.8571585%2C53.20809990000001&z=11> (Дата обращения: 15.03.2022)

авторы картины «П.И. Чайковский» так раскрывают замысел созданного ими произведения:

«Летающие рыбы по небу» — отсылка к новостям подводного Ижевска, также к образу не заводского, а творческого города. Теплосеть — знаменитый вид из ижевского пруда, с которым ассоциируется город Ижевск. Труба граммофона. У П. И. Чайковского были больные уши. Так как его слух позволял создавать музыку, он их очень берёг. Этот образ повествует о том, что П. И. Чайковский слышал настоящее, в том числе нашу ижевскую музыку. Ёлочка и сломанная игрушка в правом нижнем углу арт-изображения не входили в эскиз. Такая пометка появилась совершенно случайно и принадлежала она петербургским художникам. Стрит-арт бригада Арт-резиденции решили не убирать её. Оставили и сделали отсылку к балету П. И. Чайковского «Щелкунчик»¹².

Еще одним произведением из этой группы объектов стрит-арта, является граффити, посвящённое рэп-исполнителю Децлу (К. Толмацкий) (Рис.6). Оно появилось в Ижевске в июне 2019 г. благодаря энтузиазму и желанию сохранить память о рэпере, скоропостижно скончавшемуся после концерта в одном из частных клубов Ижевска 3 февраля 2019 г. в возрасте 35-ти лет. Изображение размещено на стене пятиэтажного дома № 275 по адресу ул. Карла Маркса. Рядом с портретом артиста – цитата из его песни «Вро»: «Твори добро, бро»¹³.

Четвертая группа включает в себя объекты, созданные в рамках проекта «Просто оружейники», ставшего частью фестиваля стрит-арта и уличного искусства «Индустрия»¹⁴. Ижевск является признанным центром оружейного производства уже на протяжении двух веков. В декабре 2011 года указом Президента России Д.А. Медведева был учрежден День оружейника – 19 сентября. Центром празднования этой даты является г. Ижевск.



Рис. 6. – Граффити в память о Децле¹⁵

В сентябре 2019 года в честь Дня оружейника начал реализовываться проект «Просто оружейники», в рамках которого на фасадах домов, располагающихся на площади у Вечного огня, были созданы граффити посвященные рабочим-оружейникам. Работы принадлежат художнику Д. Коротаяеву. Проекту активно содействовал режиссёр театра Lespartisans П. Зорин. Организатором проекта выступил Центр развития дизайна, городской среды и энергосбережения Удмуртии и был поддержан местной администрацией.

На фасаде дома по адресу ул. Лихвинцева, 56 изображен 85-летний Герой Социалистического труда В. П. Ионов, начавший работать мастером на «Ижмаше» и дослужившийся до должности директора оружейного производства этого завода (Рис.7).

На фасаде соседнего дома по адресу пл. 50 лет Октября, дом 9, изображен молодой гравер Р. Заберов, работающий в концерне «Калашников» (Рис.8). Символичность созданных портретов налицо – ветеран олицетворяет собой образ давней истории, сильных традиций оружейного производства, самоотверженного труда заводчан даже в самые тяжелые военные годы. Образ молодого рабочего отражает преемственность в деле оружейного производства в Ижевске, уверенность в том, что оно находится в надежных руках молодых профессионалов.

¹² https://vk.com/streetart_izh (Дата обращения: 01.02.2022)

¹³ Граффити, посвящённое Децлу, появилось в Ижевске // Компания «Моя Удмуртия»: официальный сайт. URL: <http://www.myudm.ru/news/2019-06-19-graffiti-posvyaschyonnoe-detslu-poyavilos-v-izhevsk-foto>. (Дата обращения: 15.02.2022)

¹⁴ Семякина А. Фасад одного из домов Ижевска украсила еще одна работа в рамках фестиваля стрит-арта // ИА «Удмуртия».

URL: <https://udmurt.media/news/obshchestvo/66395/> (Дата обращения: 12.01.2022)

¹⁵ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске».

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.8564488%2C53.20194739999998&z=11> (Дата обращения: 15.03.2022)



Рис. 7. – Ветеран труда, почетный гражданин Удмуртии В. П. Ионов¹⁶



Рис. 8. – Молодой гравировщик четвертого разряда Р. Заберов¹⁷

Проект «Просто оружейники» – признание значимости труда многих поколений оружейников, трудившихся и продолжающих работать на ижевских производствах. Картины привлекают внимание как гостей, так и жителей Ижевска, которые считают их очень важными для города и гордятся своими земляками и историей ижевского оружия¹⁸. Проект получил свое продолжение, в настоящее время художником Д. Костицыным созданы портреты основателя Ижевского оружейного завода А.

¹⁶ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске». <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.85198009999997%2C53.21775630000002&z=11> (Дата обращения: 15.03.2022)

¹⁷ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске».

Ф. Дерябина и выдающегося конструктора Е. Ф. Драгунова.

К числу объектов стрит-арта, посвященных философско-эстетическим проблемам, в частности, теме свободы самовыражения художника, можно отнести следующие произведения: картину «Санкт Пиж» сингапурского художника К. Лама, арт-объект «Преграда» Т. Шабалина, картину «Сотворение» А. Рикошета, мурал А. Адно «Индустрия», картину «Страус» Энвиля Касимова, серию объектов «Я тоже поэт!» и «Говорящие чёрные квадраты». Рассмотрим некоторые из них.

Сингапурский художник, выпускник Центрального колледжа искусства и дизайна имени Святого Мартина (Лондон) Кенн Лам создал стилизованное изображение голубя под названием «Санкт Пиж» на стене одноэтажного здания в г. Ижевск рядом с жилым домом по адресу ул. Шишкина, 1а (Рис.9). Работа появилась в рамках фестиваля «Индустрия» в 2019 году. Произведение стало результатом осмысления автором проблемы осознания себя в мире. Кенн Лам: «Голубь – это животное, которым я восхищаюсь. Для меня голубь символизирует устойчивость, интеллект, адаптивность и простоту. Я очень ценю эти качества как человек, который мало где может чувствовать себя как дома. Поэтому я подумал, что будет интересно изобразить голубя, как религиозную фигуру, как святого. Ведь имея такие качества, можно вполне стать верховным существом»¹⁹.

На этом же фестивале создан арт-объект «Преграда» А. Шабалина – уроженца Ижевска, который также закончил Центральный колледж искусства и дизайна имени Святого Мартина (Лондон) и теперь способствует культурному просвещению и формированию современного культурного ландшафта родного города (Рис.10). О своих работах автор говорит следующее: «...я люблю изображать простые, но символические объекты. Такие как: яблоко, нож, стул. Они оставляют пространство для трактовки. На этой работе изображён человек, перелезающий через стену. На его лице маска, которую я называю “лик”. У неё нет

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.85384450000002%2C53.22068959999999&z=11> (Дата обращения: 15.03.2022)

¹⁸ Как в Ижевске оживляют унылые фасады домов. Стрит-арт «Просто оружейники». URL: <https://zen.yandex.ru/media/udobno/kak-v-ijevske-ozhivliut-unylye-fasady-domov-stritart-prosto-orujeiniki-5e3fa5fa26c8b4c1a3bf3cd>. (Дата обращения: 10.03.2022)

¹⁹ https://vk.com/wall-186046670_49 (Дата обращения: 15.02.2022)

пола, расы, эмоций. Этот лик стал неотъемлемой частью моего творчества: он появляется на картинах, скульптурах и стикерах. Для меня этот персонаж смотрит на мир вне рамок, которые установило общество, но при этом он ещё не преодолел их»²⁰.



Рис. 9. – Картина «Санкт Пиж»²¹



Рис. 10. – Арт-объект «Преграда»²²

²⁰ https://vk.com/wall-186046670_49(Дата обращения: 15.03.2022)

²¹ «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске».

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.86434520000003%2C53.23004070000001&z=11>(Дата обращения: 15.03.2022)

²² «Онлайн-карта стрит-арта в Ижевске».

Большинство объектов стрит-арта в Ижевске возникли, как отмечалось, благодаря проходившим в Ижевске фестивалям уличного искусства. В их числе: «Ижевская Интервенция» (2013 г.), «Не кантовать» (2015 г.), «Индустрия» (2019 г.), СТРИТ-АРТ фест (2019 г.) и др. Некоторые объекты появились в 2021 г. в рамках Фестиваля стрит-арта «ФормART» Приволжского федерального округа. Большое значения для города имеет проект «Просто оружейники» (2019), который получил свое развитие.

Программа фестивалей включает как создание картин или иных объектов, так и показы, мастер-классы, лекции, ворк-шопы ижевских и приезжих деятелей культуры. Фестивали притягивают не только представителей местного арт-сообщества, но и художников из других городов и даже стран, становясь площадкой для кооперации, создания совместных проектов, культурного обмена. Организаторы фестивалей уличного искусства формулируют важные цели и пытаются их решать.

Анализ показал, что в числе ключевых проблем, актуализированных художниками, находятся: привлечение внимания к важным социальным вопросам, преодоление непривлекательности, серости промышленного города для жителей и гостей, стремление обжить заброшенные районы, сделать их более «человечными», вовлечь жителей и гостей города в культурную жизнь, повысить их образованность в области современного искусства, создание локального сообщества уличных художников и собственного культурного бренда в этой сфере. Однако создание арт-объектов происходит не только в период фестивалей. М. Веревкин, участник творческих объединений «Археоптерикс», «Творческая дача» («ТВ-дача»), «Всероссийское Общество Святых» рассказывает: «За прошедшее лето волонтерской арт-бригадой мы расписали шесть муниципальных клубов. Недавно завершили роспись в Ижевском промышленно-экономическом колледже»²³. Таким образом, для увлеченных художников создание стрит-

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14taqxuOkboG4-3pUPe9iSG9qpZm0hks2&ll=56.8642668%2C53.230268999999999&z=11>(Дата обращения: 15.03.2022)

²³ Макс Веревкин: «Хорошо, когда искусство оставляет вопросы» // Инвожо. URL: <https://invozhos.ru/articles/art/%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D1%81-%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%91%D0%B>(Дата обращения: 15.03.2022)

арт объектов становится практически образом жизни. Проведение фестивалей уличного искусства в Ижевске, Екатеринбурге Самаре и других региональных центрах предоставляет художникам возможность проявить себя за пределами родного города и способствует формированию сообщества уличных художников.

Стрит-арт становится привлекательным ресурсом для развития туризма. В городе начали проводиться арт-экскурсии по объектам уличного искусства. Так, две пешие арт-экскурсии от культурно-исторического клуба «Антей» проводили историк, экскурсовод М. Блинов и художник Д. Кортаев. Первая экскурсия проходила в городке Металлургов в октябре 2019 года, вторая – в марте 2020 года по территории «Соцгорода». Обе экскурсии представляли собой синтез информации об истории определенного района Ижевска, его сооружениях и объектах стрит-арта. Каждую из арт-экскурсий посетили около 20 человек в возрасте от 20-ти до 50-ти лет (были и родители с маленькими детьми). Оплата за такую познавательную прогулку осуществлялась по системе *freedonation*, то есть взнос на усмотрение человека.

Апробация.

Обсуждение отдельных аспектов настоящего исследования проводилось в рамках секций: «Туризм как система коммуникаций: пространственные, социокультурные, производственно-технологические аспекты» и «Культура в системе междисциплинарных исследований» международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», проходившей 11-12 ноября 2020 г. в ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» г. Ижевск.

Заключение.

Проведенная систематизация объектов стрит-арта позволяет сделать вывод о том, что

уличное искусство Ижевска развивается в русле общемировых тенденций. Мотивы протеста и творческого самовыражения, характерные для англо-американской школы стрит-арта соседствуют с идеями «очеловечивания» серого и монотонного пространства городской застройки. История города вдохновляет художников на создание образов мастеров-оружейников, что поддерживается администрацией и жителями Ижевска и служит основой для воспроизводства в новых реалиях культурного ландшафта городских традиций прошлого.

Стрит-арт объекты Ижевска посвящены разнообразным темам и выполнены в разных техниках. Они оживляют облик города, освежают культурный ландшафт, подпитывая его современными идеями, вдохновляют художников на творческие поиски и знакомят местное население и гостей города с передовыми трендами в искусстве, вовлекают его в осмысление социальных, историко-культурных и философских проблем. Оригинальность объектов уличного искусства в Ижевске может стать привлекательным ресурсом для развития многих видов туризма (культурно-познавательного, образовательного, молодежного и т.д.) и способствовать удовлетворению потребностей туристов, которые вдохновляются творческими пространствами и возможностью получить незабываемые впечатления от погружения в мир художественных образов уличного искусства.

Появление новых стрит-арт объектов меняет образ города и меняет его восприятие горожанами. На современном этапе формирования культурного ландшафта Ижевска активное переосмысление исторического опыта и обращение к этническим традициям удмуртов происходит одновременно со стремлением создать принципиально новый динамичный образ города.

Список источников

1. Вешнев В. П., Ткач Д. Г. Современный российский стрит-арт. Становление и развитие // Вестник славянских культур. 2021. Т. 59. С. 343-351. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-59-343-351>
2. Долгов А. Ю. Стрит-арт как элемент уличного пространства и городской жизни // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11: Социология. 2019. № 1. С. 31-41.
3. Калинина Г. Н., Тикунова С. В. Понятие и методология исследования культурного ландшафта // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 5 (85). С. 10-18.

4. Кирсанова Е. А. Социально-философский анализ концепций стрит-арта: генезис и подходы к определению феномена // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. 2017. № 38. DOI: 10.17223/1998863X/38/12
5. Ковалевский А. В. Стрит-арт как элемент атрибутики бренда городской среды в географических рамках Дальнего Востока // Ученые заметки ТОГУ. 2019. Т. 10. № 2. С. 42-49.
6. Кузовенкова Ю. А. Между искусством и вандализмом: дискурсивная представленность граффити и стрит-арта // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2021. Вып. 4. С. 592-603. DOI: 10.17072/2078-7898/2021-4-592-603;
7. Кузовенкова Ю. А. Молодежные солидарности в граффити-туризме // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. №1. С.311-323. <https://doi.org/10.14515/monitoring>. 2018.5.15
8. Культурный ландшафт как объект наследия / под. ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. М.: Иститут Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. 620 с.
9. Культурные ландшафты постсоветского города: особенности формирования и трансформации: сборник научных трудов / под ред. Д. А. Алисова, И. А. Селезневой. М.; Омск: Институт Наследия, 2021. 170 с.
10. Поповкин А. В., Поповкина Г. С. К вопросу о диалектике культурно-символического освоения ландшафта // Культурный ландшафт регионов. 2021. Том 3. № 5. С. 101-111. DOI: 10.17748/2686-8814-2021-3-5-101-111
11. Пригарина И. А. 2020. Стрит-арт: можно ли улицу поместить в музей? Вопросы музеологии 11 (1): 110-118. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu27.2020.111>
12. Руценкин Д. В. Уличное искусство в восприятии российской городской молодежи: проявление творчества или разновидность вандализма? // Урбанистика. 2020. № 4. DOI: 10.7256/2310-8673.2020.4.34414 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=34414
13. Самутина Н., Запорожец О. Стрит-арт и город // Laboratorium: Журнал социальных исследований. 2015. № 2. С. 5-7.
14. Самутина Н., Запорожец О., Кобыща В. Не только Бэнкси: стрит-арт в контексте современной городской культуры // Неприкосновенный запас. 2012. № 86 (6). С. 221-244.
15. Швиндт У. С. Способность уличного искусства поднимать общественно значимые проблемы // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2019. Т. 19. № 3. С. 105108. DOI: 10.14529/1-190315
16. Швиндт У. С. (2020) Стрит-арт: подходы к изучению феномена в социальных и гуманитарных науках. Журнал социологии и социальной антропологии, 23(1): 125-158. <https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.1.5>
17. Щербачева Л. В. Произведения стрит-арта: личные имущественные и неимущественные права автора // Международный журнал гражданского и торгового права. 2019. № 1. С. 8-11.
18. Andron S. Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city [Electronic resource] / S. Andron // The Sociological Review. 2018. Vol. 66, Iss. 5. P. 1036-1057. Mode of access: <https://doi.org/10.1177/0038026118771293>.
19. Anna Wactawek. Graffiti and Street Art. London: Thames and Hudson, 2011. 208 p. ISBN 978-0-5002-0407-8.
20. Bengtsen P. The myth of the "street artist": a brief note on terminology / P. Bengtsen // SAUC Journal. 2017. Vol. 3, Iss. 1. P. 104-105.

References

1. Veshnev V. P., & Tkach D. G. (2021). Sovremennyy rossijskij strit-art. Stanovlenie i razvitie [Modern Russian street art. Formation and development]. Vestnik slavyanskih kul'tur [Herald of Slavic Cultures], T. 59, 343-351. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-59-343-351>. (In Russ.).
2. Dolgov A.YU. (2019). Strit-art kak element ulichnogo prostranstva i gorodskoj zhizni [Street art as an element of street space and city life]. Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura Seriya 11: Sociologiya [Social and human sciences. Domestic and foreign literature. Episode 11: Sociology], № 1, 31-41. (In Russ.).
3. Kalinina G.N., & Tikunova S.V. (2018). Ponyatie i metodologiya issledovaniya kul'turnogo landshafta [The concept and methodology of the study of the cultural landscape]. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts], № 5 (85), 10-18. (In Russ.).

4. Kirsanova E.A. (2017). Social'no-filosofskija nalizkoncepcij strit-arta: genezis i podhody k opredeleniyu fenomena [Social and Philosophical Analysis of Street Art Concepts: Genesis and Approaches to Phenomenon Definition]. Vestnik Tomsko gosudarstvennogo universiteta Filosofiya. Sociologiya. Politologiya [Bulletin of the Tomsk State University Philosophy. Sociology. Political science], № 38. DOI: 10.17223/1998863H/38/12. (In Russ.).
5. Kovalevskij A.V. (2019). Strit-art kak element atributiki Brenda gorodskoj sredy v geograficheskikh ramkah Dal'negoVostoka [Street Art as an Element of Urban Environment Brand Attributes within the Geographical Framework of the Far East]. Uchenye zametki TOGU [Scientific notes of TOSU], T. 10, № 2, 42-49. (In Russ.).
6. Kuzovenkova YU.A. (2021). Mezhdru iskusstvom i vandalizmom: diskursivnaya predstavlenost' graffiti i strit-arta [Between art and vandalism: discourse representation of graffiti and street art]. Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psihologiya. Sociologiya [Perm University Herald. Philosophy. Psychology. Sociology], №4, 592-603. DOI: 10.17072/2078-7898/2021-4-592-603. (In Russ.).
7. Kuzovenkova YU.A. (2019). Molodezhnye solidarnosti v graffiti-turizme [Youth solidarity in graffiti tourism]. Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social'nye peremeny [Monitoring public opinion: Economic and social changes], №1, 311-323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.5.15>. (In Russ.).
8. Kul'turnyj i and shaftkakob"ektnaslediya (2004). [Cultural landscape as a heritage site]/ pod. red. YU A. Vedenina, M.E. Kuleshova. M.: IstitutNaslediya ;SPb.: DmitriyBulanin[under ed. of Y. A. Vedenina, M.E. Kuleshova. M.: Heritage Institute; St. Petersburg: Dmitry Bulanin, 2004], 620. (In Russ.).
9. Kul'turnyelandshaftypostsovetkogoroda: osobennosti formirovaniya i transformacii (2021): sbornik nauchnyh trudov [Cultural landscapes of the post-Soviet city: features of formation and transformation: a collection of scientific papers] / pod red. ofD.A. Alisova, I.A. Seleznevoj. M.; Omsk: In stitutNaslediya [ed. YES. Alisova, I.A. Selezneva. M.; Omsk: Heritage Institute], 170. (In Russ.).
10. PopovkinA.V., & Popovkina G.S. (2021). K voprosu o dialektike kul'turno-simvolicheskogo osvoeniya landshafta [To the question of the dialectic of the cultural-symbolic development of the landscape]. Kul'turnyj andshaffregionov [Cultural landscape of regions], Tom 3, № 5, 101-111. DOI: 10.17748/2686-8814-2021-3-5-101-111. (In Russ.).
11. Prigarina I. A. (2020). Strit-art: mozno li ulicupomestit' v muzej? [Street art: can the street be placed in a museum?]. Voprosy muzeologii [Questions of museology], 11 (1), 110-118. DOI: 10.21638/11701/spbu 27.2020.111. (InRuss.).
12. Rucenkin D.V. (2020). Ulichnoe iskusstvo v vospriyatii rossijskoj gorodskoj molodezhi: proyavlenie tvorchestva ili raznovidnost' vandalizma? [Street art in the perception of Russian urban youth: a manifestation of creativity or a kind of vandalism?]. Urbanistika [Urbanistics], № 4. DOI: 10.7256/2310-8673.2020.4.34414 (In Russ.).
13. SamutinaN., & Zaporozhec. O. (2015). Strit-art i gorod [Street art and city]. Laboratorium: ZHurnal social'nyh issledovanij [Laboratorium: Journal of Social Research], № 2, 5-7. (In Russ.).
14. Samutina N., & Zaporozhec O., Kobyscha V. (2012). Ne tol'ko Benksi: strit-art v kontekste sovremennoj gorodskoj kul'tury [Not only Banksy: street art in the context of modern urban culture]. Neprikosnovennyj zapas [Emergency store], 86 (6), 221-244. (In Russ.).
15. SHvindt U.S. (2019). Sposobnost' ulichnogo iskusstva podnimat' obshchestvenno znachimye problemy [The ability of street art to raise socially significant issues]. VestnikYUzhno-Ural'skogogosudarstvennogouniversiteta. Seriya: Social'no-gumanitarnyenauki [Bulletin of the South Ural State University. Series: Social Sciences and Humanities], 19 (3), 105-108. DOI: 10.145291-190315. (In Russ.).
16. SHvindt U.S. (2020). Strit-art: podhody k izucheniyu fenomena v social'nyh i gumanitarnykh naukah [Street art: approaches to the study of the phenomenon in the social and human sciences]. ZHurnalsociologii i social'nojantropologii [Journal of Sociology and Social Anthropology], 23(1), 125-158. DOI: 10.31119/jssa.2020.23.1.5. (In Russ.).
17. SHCHerbacheva L.V. (2019). Proizvedeniyastrit-arta: lichnye imushchestvennye i neimushchestvennye prava avtora [Works of street art: personal property and non-property rights of the author]. Mezhdunarodnyj zhurnal grahdanskogo i togovogo prava [International Journal of Civil and Commercial Law], 1, 8-11. (In Russ.).
18. Andron S. (2018). Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city [Electronic resource] / S. Andron // The Sociological Review, 66 (5), 1036-1057. DOI: 10.1177/0038026118771293.
19. Anna Wactawek. (2011). Graffiti and Street Art. London: Thames and Hudson, 208 p. ISBN 978-0-5002-0407-8.
20. Bengtsen P. (2017). The myth of the "street artist": a brief note on terminology / P. Bengtsen // SAUC Journal. 3, (1), 104-105.