

**МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»**

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ  
В СПОРТЕ И ТУРИЗМЕ:  
ОБРАЗОВАНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ**

---

**МАТЕРИАЛЫ ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ  
14 МАЯ 2019 г.**

**Краснодар  
2019**

УДК 796(06)  
ББК 76.0я73  
И 73

Печатается по решению редакционного совета  
Кубанского государственного университета физической культуры,  
спорта и туризма

*Редакционная коллегия:*  
профессор С.М. Ахметов  
профессор А.А. Тарасенко  
профессор Г.Д. Алексянц  
доцент Е.А. Еремина  
профессор Т.А. Самсоненко  
доцент Е.Л. Заднепровская

**И73 Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт //** Материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием (14 мая 2019 г.): материалы конференции / редакционная коллегия: С.М. Ахметов, А.А. Тарасенко, Г.Д. Алексянц, Е.А. Еремина, Т.А. Самсоненко, Е.Л. Заднепровская. – Краснодар: КГУФКСТ, 2019. – 360 с.

В сборнике представлены материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием по актуальным проблемам в различных областях науки.

УДК 796(06)  
ББК 76.0я73

© КГУФКСТ, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ГОРОДСКИХ ВЕЛОДОРОЖЕК В ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЦЕЛЯХ В Г. КРАСНОДАРЕ</b> .....	9
В.А. Агасьян, В.А. Сучков, А.А. Капустин.....	9
<b>ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ ЭТИКИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ</b> .....	13
О.О. Айвазян .....	13
<b>ФЕНОМЕН МАНИПУЛЯТИВНОГО ОБЩЕНИЯ: МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНИКИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ</b> .....	16
О.О. Айвазян, Е.А. Еремина .....	16
<b>ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ</b> .....	19
О.О. Айвазян, А.А. Кукушкина.....	19
<b>КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ</b> .....	23
О.Б. Анисимова, В.П. Осадчая .....	23
<b>АНАЛИЗ УРОВНЯ ЗНАНИЙ ШКОЛЬНИКОВ ПО ПРЕДМЕТУ ОСНОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	27
А.Г. Ахромова, К.Р. Саакова, О.Н. Белоусов.....	27
<b>АНАЛИЗ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ШКОЛЬНИКОВ ПО ПРЕДМЕТУ ОСНОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	32
А.Г. Ахромова, К.Р. Саакова, А.И. Величко .....	32
<b>УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ</b> .....	36
А.Г. Ахромова, К.Р. Саакова, Ю.И. Чуйко.....	36
<b>ДУХОВНЫЙ КРИЗИС СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА И ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИЙ В СПОРТЕ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ</b> .....	40
Л.Г. Битарова, В.Д. Максименко.....	40
<b>ПРОБЛЕМЫ ДЕСОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ</b> ....	45
Л.Г. Битарова, Д.А. Осина .....	45
<b>ПОВСЕДНЕВНАЯ И ПРАЗДНИЧНАЯ ВЕНЕЦИЯ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ЕЕ ХУДОЖНИКОВ (ТЬЕПОЛО, П. ЛОНГИ, КАНАЛЕТТО И ФР. ГВАРДИ)</b> .....	49
Ю.Г. Бич, Т.А. Михайлова.....	49
<b>ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ</b> .....	57
Е.В. Василенко.....	57
<b>ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ИДЕИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ</b> .....	61
О.С.Васильченко, И.И.Горбиков, Д.Д.Мартыненко .....	61
<b>ЛЫЖНЫЕ ГОНКИ КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ</b> .....	67
О.С. Василенко, А.О. Фугаев, М. Го, Н.Н. Нихаенко .....	67

<b>ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА .....</b>	<b>72</b>
Е.П. Гетман .....	72
<b>СПОНСОРСТВО В СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА .....</b>	<b>75</b>
Е.П. Гетман, П.С. Чиж .....	75
<b>ОПТИМИЗАЦИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЛАНДШАФТОВ .....</b>	<b>80</b>
С.Н. Голубничая .....	80
<b>РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОПАГАНДЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ.....</b>	<b>84</b>
С.Н. Голубничая, Ю.В. Семерижная .....	84
<b>ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ .....</b>	<b>88</b>
Л.А. Гремина, А.Ю. Полозова.....	88
<b>ОСОБЕННОСТИ ТРЕХЛЕТНЕЙ ДИНАМИКИ СПОРТИВНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ВЕДУЩИХ ЛЕГКОАТЛЕТОВ РОССИИ В БЕГЕ НА 800 м.....</b>	<b>96</b>
Е.Н. Гулам, Г.А. Макарова .....	96
<b>ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ТРЕНИРОВОЧНОГО ПРОЦЕССА У БЕГУНОВ НА СРЕДНИЕ ДИСТАНЦИИ .....</b>	<b>99</b>
Е.Н. Гулам, Г.А. Макарова .....	99
<b>РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ .....</b>	<b>101</b>
А.С. Гусак, О.Э. Кириенко, А.В. Таран.....	101
<b>ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ .....</b>	<b>109</b>
Е.Н. Довгаленко, Л.А. Овчаренко.....	109
<b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДНР НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА .....</b>	<b>113</b>
Е.Н. Довгаленко, В.Г. Шепилова .....	113
<b>ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ: НОВОЕ ВИДЕНИЕ.....</b>	<b>118</b>
И.Ю. Древицкая, И.В. Древицкая .....	118
<b>ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ У СТУДЕНТОВ – БУДУЩИХ ТРЕНЕРОВ.....</b>	<b>124</b>
М.С. Душко, Ж.А. Терпелец, О.Л. Иванова.....	124
<b>ДИСКРИМИНАЦИЯ РОССИЙСКИХ СПОРТСМЕНОВ .....</b>	<b>127</b>
Е.А. Еремина, В.А. Ильичева .....	127
<b>СПЕЦИАЛЬНЫЕ ФОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЕЛОВЫХ ТУРИСТОВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПИТАНИЯ .....</b>	<b>131</b>
Е.Л. Заднепровская, Т.А. Джум.....	131
<b>ВИННЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВОЗРОЖДЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ.....</b>	<b>134</b>
Е.Л. Заднепровская, А.В. Казалиева .....	134

<b>ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ</b> .....	<b>138</b>
Е.Л. Заднепровская, М.В. Ксёنز.....	138
<b>ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ</b> .....	<b>141</b>
Е.Л. Заднепровская, И.М. Кучеренко .....	141
<b>СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ</b> .....	<b>145</b>
Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова.....	145
<b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА САКИ (РЕСПУБЛИКА КРЫМ)</b> .....	<b>148</b>
Е.Л. Заднепровская, Т.А. Самсоненко .....	148
<b>ОБ ИНТЕГРИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ И РЕЧИ В ВОЕННОМ ВУЗЕ</b> .....	<b>151</b>
Е.П. Колыхалова .....	151
<b>ЭФФЕКТИВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ КОМПАНИИ</b> .....	<b>156</b>
М.В. Коренева, Ю.М. Латынина .....	156
<b>НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИНТЕГРАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННЫЙ ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК</b> .....	<b>160</b>
Н.К. Костина .....	160
<b>РИТОРИКА КАК КОМПОНЕНТ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕ</b> .....	<b>163</b>
А.А. Кукушкина, О.О. Айвазян, О.В. Лукьяненко .....	163
<b>РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ</b> .....	<b>166</b>
Масри Моххамед Деб, О.О. Айвазян.....	166
<b>МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В ИССЛЕДОВАНИИ СПОРТА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА</b> .....	<b>169</b>
В.В. Машкова, Т.А. Самсоненко.....	169
<b>СПОРТИВНЫЕ СОСТЯЗАНИЯ КАК СПОСОБ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ДРЕВНЕЙ ГРЕЦИИ</b> .....	<b>175</b>
В.В. Машкова, Т.А. Самсоненко.....	175
<b>ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ, ПРЕДЛОЖЕННЫЕ СОЦИОЛОГОМ Г. СПЕНСЕРОМ</b> .....	<b>179</b>
Т.А. Михайлова, Ю.Г. Бич.....	179
<b>СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИИ В ОБЩЕСТВЕ ПОСТМОДЕРНА</b> .....	<b>183</b>
Е.А. Найденко, А.В. Тонковидова, М.В. Свириденко.....	183
<b>РОЛЬ ПРЕСС-СЛУЖБЫ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ЕЕ ИМИДЖА</b> .....	<b>185</b>
М.Г. Напалкова, К.С. Каюдина .....	185
<b>ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПАРК КАК ФАКТОР ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА</b> .....	<b>191</b>
Л.А. Овчаренко .....	191

<b>РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....</b>	<b>195</b>
Н.С. Палий.....	195
<b>ЗРЕЛИЩНАЯ КУЛЬТУРА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС РАЗВИТИЯ РЕГИОНА .....</b>	<b>200</b>
А.В. Плотников.....	200
<b>ПРИНЦИПЫ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ОРГАНИЗАТОРОВ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ.....</b>	<b>206</b>
А.В. Плотников.....	206
<b>ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕПЕТИЦИОННОГО МЕТОДА В РЕЖИССУРЕ ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ .....</b>	<b>211</b>
А.В. Плотников, В.А. Липодат.....	211
<b>СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ .....</b>	<b>215</b>
А.В. Плотников, Г.Г. Плотникова.....	215
<b>ТЕАТРАЛИЗОВАННОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ПРОГРАММА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ .....</b>	<b>224</b>
Г.Г. Плотникова, А.В. Ефимова .....	224
<b>ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КАК СПОСОБ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЗРИТЕЛЯ В МАССОВЫХ ЗРЕЛИЩАХ .....</b>	<b>230</b>
Г.Г. Плотникова, Д.В. Павлов .....	230
<b>ОБУЧЕНИЕ АКТЕРСКОМУ МАСТЕРСТВУ КАК ОПЫТ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ.....</b>	<b>235</b>
Г.Г. Плотникова, Д.В. Павлов .....	235
<b>АГИТБРИГАДА В ПРАКТИКЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ .....</b>	<b>239</b>
Г.Г. Плотникова, Г.Г. Перекрестова .....	239
<b>ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ.....</b>	<b>244</b>
Т.Н. Поддубная, Д.М. Богомаз .....	244
<b>К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>249</b>
Т.Н. Поддубная, Е.Л.Заднепровская, Е.В. Ползикова.....	249
<b>АРТ-ТУРИЗМ: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ.....</b>	<b>254</b>
Т.Н. Поддубная, П.С. Клицевич.....	254
<b>ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ И ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В МБУ ДО «ДЕТСКО-ЮНОШЕСКАЯ СПОРТИВНАЯ ШКОЛА СТАНИЦЫ ВЫСЕЛКИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЫСЕЛКОВСКИЙ РАЙОН» .....</b>	<b>258</b>
Т.Н. Поддубная, С.С. Третьяков .....	258
<b>ИСТОРИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА .....</b>	<b>261</b>
Ю.Б. Рагер, А.А. Юрченко.....	261
<b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА .....</b>	<b>264</b>
Е.В. Сивакова, А.М. Артемьева .....	264

<b>ВЛИЯНИЕ СПОРТА И ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ .....</b>	<b>268</b>
Е.В. Сивакова, А.М. Вдовенко .....	268
<b>КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА .....</b>	<b>271</b>
Е.В. Сивакова, И.П. Назарова.....	271
<b>ТЕХНОЛОГИЯ ПРЕДСЕЗОННОЙ ПОДГОТОВКИ БАСКЕТБОЛИСТОВ СПОРТИВНОГО КЛУБА ВУЗА НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОМПЛЕКСА «ОМЕГА-С».....</b>	<b>274</b>
Е.А. Слонич, М.Ю. Федорова.....	274
<b>ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ВУЗАХ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ.....</b>	<b>278</b>
С.В. Супрун.....	28178
<b>СПОСОБЫ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ДИСКУРСУ В КУРСЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» В НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗАХ.....</b>	<b>281</b>
Ж.А. Терпелец, М.С. Душко, Ф.Н. Шарикова .....	281
<b>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОГО КЛУБА .....</b>	<b>285</b>
А.В. Тонковидова, А.Е. Вакин .....	285
<b>РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ СПОРТИВНОГО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «СПОРТ ВО БЛАГО» .....</b>	<b>288</b>
А.В. Тонковидова, Е.А. Найденко, Т.М. Хатит .....	288
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ И ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТОВ К СДАЧЕ НОРМАТИВОВ ГТО.....</b>	<b>292</b>
М.Ю. Федорова, Н.В. Бочкарникова, О.Ю. Шарова .....	292
<b>ОСОБЕННОСТИ СПОРТИВНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА.....</b>	<b>297</b>
Ф.Н. Шарикова, Ж.А. Терпелец .....	297
<b>ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЭКСКУРСИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ИНДУСТРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ .....</b>	<b>301</b>
А.А. Юрченко, Ю.Б. Рагер.....	301
<b>ОРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ МНОГОНАЦИОНАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ .....</b>	<b>307</b>
Юсеф Амро С.Ю., О.О. Айвазян.....	307
<b>РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ КАК КОМПОНЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕННОМ УСТРОЙСТВЕ .....</b>	<b>310</b>
Якуб Юссеф, О.О. Айвазян.....	310
<b>РОЛЬ РОДИТЕЛЕЙ В ОПРЕДЕЛЕНИИ ДЕТЕЙ К ЗАНЯТИЯМ СПОРТОМ.....</b>	<b>313</b>
Л.А. Якимова, О.О. Захарова.....	313
<b>ЗНАЧЕНИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ПЛАВАНИЯ В ДВИГАТЕЛЬНОМ РЕЖИМЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ВЛИЯНИЕ ЕГО НА ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ.....</b>	<b>316</b>
Л.А. Якимова, Н.В. Костюкова .....	316

<b>ИЗУЧЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ ДЕТЕЙ С ДЕТСКИМ ЦЕРЕБРАЛЬНЫМ ПАРАЛИЧОМ С ПОМОЩЬЮ ЗАНЯТИЙ НА ТРЕНАЖЕРЕ ГРОССА ..</b>	<b>319</b>
Л.А. Якимова, В.Р. Подкопаева.....	319
<b>ПРИМЕНЕНИЕ ИГРОВОГО МЕТОДА В ФИЗИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ ШКОЛЬНИКОВ .....</b>	<b>322</b>
Л.А. Якимова, Д.М. Первеева.....	322
<b>ГЛОБАЛЬНЫЙ АНГЛИЙСКИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.....</b>	<b>325</b>
Л.Г. Ярмолинец, Е.И. Гетман .....	325
<b>ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ ВЕДУЩИХ КОЛЛЕДЖЕЙ США (на примере интернет-сайта «Top 30 Bachelor’s in Sport Management Degree Programs 2018-2019») .....</b>	<b>330</b>
Л.Г. Ярмолинец, О.Л. Иванова, М.С. Душко .....	330
<b>ВЛИЯНИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ВЕЛОСИПЕДНЫМ СПОРТОМ НА ПОДРАСТАЮЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ .....</b>	<b>334</b>
В.З.Яцык, Н.О.Букреева.....	334
<b>ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ СПОРТИВНЫЕ ПОХОДЫ.....</b>	<b>339</b>
В.З. Яцык, А.Н. Бурякова.....	339
<b>COMPETITIVENESS OF HILTON GARDEN INN KRASNODAR .....</b>	<b>343</b>
Е.И. Getman, А.V. Yaroshchuk.....	343
<b>ATTRACTION OF TOURISTS TO THE SOCHI AREA ON THE BASIS OF DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF EVENT TOURS .....</b>	<b>348</b>
М.V. Koreneva, N.S. Leontieva, L.S. Leontieva.....	348
<b>DEVELOPMENT OF SMALL TOWNS IN KRASNODAR REGION BY MEANS OF TOURISM (AS AN EXAMPLE OF NOVOKUBANSK) .....</b>	<b>351</b>
М.V. Koreneva, N.S. Leontieva, L.S. Leontieva.....	351
<b>XXIX WORLD WINTER UNIVERSIADE OF 2019 IN KRASNOYARSK AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF SPORTS INFRASTRUCTURE OF THE REGION .....</b>	<b>354</b>
L.S. Leontieva, N.S. Leontieva, M.V. Koreneva.....	354
<b>NEW DIRECTIONS OF TOURISM IN RUSSIA AS A FACTOR OF POPULARIZATION OF HEALTHY LIFESTYLE (AS AN EXAMPLE OF YOGA TOURS IN THE REPUBLIC OF ADYGEYA).....</b>	<b>357</b>
N.S. Leontieva, L.S. Leontieva, M.V. Koreneva.....	357

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ГОРОДСКИХ ВЕЛОДОРОЖЕК В ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЦЕЛЯХ В Г. КРАСНОДАРЕ

В.А. Агасьян, В.А. Сучков, А.А. Капустин

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В данной статье говорится о зарубежном опыте решения проблемы гиподинамии, путем использования сети велодорожек в оздоровительных целях, а также о проблеме отсутствия сети велодорожек в г. Краснодаре.

**Ключевые слова:** велодвижение, оздоровление, гиподинамия, сеть велодорожек.

Одной из главных проблем современного общества является гиподинамия. Одним из методов борьбы с гиподинамией является езда на велосипеде. Велосипед – это средство индивидуального передвижения, способствующее укреплению здоровья, инструмент для реабилитации и общественный инструмент, способствующий созданию более здоровой окружающей среды.

Доступность велосипеда, а также недавно появившаяся в г. Краснодаре услуга аренды велосипедов, в совокупности с увеличением транспортного потока, повышают актуальность передвижения на данном виде транспорта по сети городских велодорожек. Однако в г. Краснодаре велодорожки имеются только в парках и в некоторых частях города, но они не объединены в единую сеть, которая сделала бы возможным свободное перемещение на велосипеде, не нарушая правил дорожного движения.

Недостаточная физическая активность (гиподинамия) – это весьма распространенное состояние, которое можно наблюдать у людей, которые не получают рекомендуемое количество регулярных физических нагрузок. По данным Всемирной организации здравоохранения, это «рекомендуемое количество» – не менее 150 минут в умеренной зоне мощности в неделю или 75 минут в большой зоне мощности для взрослых [1]. В умеренной зоне мощности совершаются такие виды мышечной деятельности спортивного характера, как быстрая ходьба и равномерная езда на велосипеде. Этого достаточно, чтобы поднять частоту сердечных сокращений, увеличить скорость кровообращения и в полной мере задействовать дыхательную систему организма. К работе большой мощности можно отнести такие виды мышечной деятельности, как бег или езда на велосипеде, которые характеризуются большой интенсивностью деятельности двигательного аппарата в сочетании с предельно доступной функциональной активностью вегетативных систем организма на протяжении значительного периода времени.

Езда на велосипеде может рассматриваться как обычный, ежедневный транспорт, а также отличный способ обеспечить рекомендуемый минимальный объем физической активности.

В ходе анализа зарубежных исследований было обнаружено, что езда на велосипеде имеет положительный эффект, потому что ее так легко включить в повседневную жизнь. Она способна увеличивать мышечную активность людей, повышая эффективность езды, из-за соперничества с другими велосипедистами, вследствие чего езда на велосипеде не только облегчает получение 150 еженедельных минут в умеренной зоне мощности путем передвижения на работу и обратно в течение пятидневной недели, но также повышает вероятность того, что велосипедисты будут выполнять мышечную деятельность в большой зоне мощности, даже не думая об этом.

Физическая активность может быть представлена технически в единицах или МЕТ (метаболические эквиваленты). За исходную величину (1 МЕТ) принят уровень метаболизма в состоянии полного покоя (в условиях основного обмена), что составляет 1 ккал/кг/ч. Таким образом, 2 МЕТ соответствуют нагрузке, вызывающей 2-кратное повышение энергетической потребности организма по сравнению с состоянием покоя. Умеренная физическая активность составляет 3 или более МЕТ, в то время как энергичная физическая активность составляет 6 или более МЕТ. Даже довольно спокойная езда на велосипеде со скоростью менее 20 километров в час «доставляет» 3-6 МЕТ. Физиологически езда на велосипеде имеет преимущества перед ходьбой: стандартная интенсивность езды на велосипеде выше (6–8 метаболических эквивалентов (МЕТ) по сравнению с ходьбой (2,5–3,5 МЕТ)). Следовательно, при соблюдении физиологических норм, езда на велосипеде приносит больше пользы, нежели чем ходьба [5].

При анализе зарубежных литературных данных было выявлено 16 исследований, в которых говорится о пользе велосипеда в повседневной жизни. Эти исследования выявили не только устойчивую положительную связь между ездой на велосипеде и кардиореспираторной системой, но и улучшение функционального уровня здоровья у мужчин и женщин. В результате чего снизился риск заболеваний. Отсутствие физической активности значительно увеличивает риск развития таких заболеваний, как диабет, патологии сердца, рак и депрессия. Систематический обзор показал, что отсутствие физической активности напрямую связано со смертностью от разных причин, таких как: сердечно-сосудистые заболевания, ишемическая болезнь сердца, инсульт, депрессия, диабет 2 типа, рак толстой кишки, рак легких.

Во всем мире основными причинами смерти в настоящее время являются болезни, которые провоцируются поведением человека – почти три четверти смертей в настоящее время происходит от неинфекционных заболеваний, причем ожирение и отсутствие правильного питания являются одними из наиболее значительных факторов. Ежегодно около 3,2 миллиона человек на Земле преждевременно умирают от проблем, вызванных гиподинамией. Исследования Кембриджского университета, проведенные в 2017 году,

показали, что около 676 000 смертей в год в Европе объясняются гиподинамией по сравнению с 337 000, вызванных ожирением.

Также было выявлено, что люди, которые ездят на работу на велосипеде, имеют значительно меньший риск обнаружения сердечных заболеваний и рака, а как следствие, меньшую вероятность смертности по сравнению с людьми, которые ездят на работу другими способами. Исследования также показывают, что люди, которые систематически получали физическую нагрузку, с меньшей вероятностью умирают после операций (около 4%), а также быстрее выздоравливают после них – смертность после операции может достигать 22% у пациентов с низким уровнем физической подготовки [5].

Нидерланды широко известны своим высоким уровнем использования велосипедов.

Исследование уровня экономической оценки здоровья и расчетов по таблице жизни, для количественной оценки пользы для здоровья на уровне населения в связи с уровнями велосипедного движения в Нидерландах показывает, что вследствие езды на велосипеде ежегодно предотвращается около 6500 смертей, а продолжительность жизни голландцев увеличивается на полгода, а это в свою очередь приводит к экономическому росту, соответствующему примерно 3% ВВП Голландии [4]. Это исследование подтверждает, что инвестиции в политику продвижения велосипедов (например, в улучшение велосипедной инфраструктуры и объектов), вероятно, приведут к высокому соотношению выгод и затрат в долгосрочной перспективе [3]. В таблице 1 приведена экономическая оценка здоровья, основанная на времени, проведенном на велосипеде, и показателях смертности населения Нидерландов в возрасте от 20 до 90 лет в 2010-2013 гг. [2].

Таблица 1 – Экономическая оценка здоровья, основанная на времени, проведенном на велосипеде, и показателях смертности населения Нидерландов в возрасте от 20 до 90 лет

Возрастная группа	Входные данные			Результаты		Таблица расчета жизни
	Средние еженедельные минуты езды на велосипеде	Население (x 1000)	Среднегодовая смертность на 100 000 человек населения	Снижение смертности (%)	Число предотвращенных смертей за год	Увеличение средней продолжительности жизни
20-30	73	2,058	31	7,3	47	0,01
30-40	69	2,087	53	6,9	77	0,02
40-50	69	2,573	135	6,9	241	0,03
50-60	79	2,32	390	7,9	715	0,08
60-65	89	1,071	757	8,9	719	0,07
65-70	94	872	1,232	9,4	1,009	0,09
70-75	88	652	1,963	8,8	1,127	0,1
75-80	73	507	3,422	7,3	1,274	0,09
80-85	36	369	6,328	3,6	842	0,05
85-90	24	216	11,663	2,4	606	0,03
Сумма/средний	74	12,725	878	7,4	6,657	0,57

Таким образом, развитие и использование для передвижения сети городских велодорожек в г. Краснодаре будет способствовать:

– улучшению здоровья населения путем ежедневных поездок на велосипеде на работу и обратно вследствие выполнения рекомендованных норм двигательной активности;

– безопасности, снижению аварийности за счет движения велосипедистов по сети велодорожек.

#### **Литература:**

1. Здоровьесберегающее образование: современные факторы развития: монография / Л.М. Алдарова, Н.К. Артемьева, С.П. Аршинник и др. / под ред. Н.И. Дворкиной, О.Г. Лызаря. – Самара: ООО «Офорт», 2016. – 205 с.

2. Statistics Netherlands. Statline Available: <http://statline.cbs.nl/Statweb/>. Accessed January 21, 2015.

3. Kelly P., Kahlmeier S., Gotschi T., Orsini N., Richards J., Roberts N., Scarborough P., Foster C. Systematic review and meta-analysis of reduction in all-cause mortality from walking and cycling and shape of dose response relationship. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2014; 11(1):132.

4. Pucher J., Dijkstra L. Promoting safe walking and cycling to improve public health: lessons from The Netherlands and Germany. *Am J Public Health.* 2003; 93 (9):1509-1516.

5. Kahlmeier S., Kelly P., Foster C., Götschi T., Cavill N., Dinsdale H., Woodcock J., Schweizer C., Rutter H., Lieb C., Oja P., Racioppi F. Health economic assessment tools (HEAT) for walking and for cycling; Methodology and user guide. World Health Organisation 2013.

## ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ ЭТИКИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

О.О. Айвазян

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар, Россия

*Аннотация.* В статье рассматриваются особенности становления этики деловой коммуникации, а также выявляются специфические особенности этики делового коммуникативного взаимодействия.

*Ключевые слова:* деловая коммуникация, речь, язык, коммуникативное взаимодействие, общение, общество.

Начиная с древнейшего периода становления общества, важным, и даже главенствующим в обыденной жизнедеятельности являлось умение взаимодействовать в целях достижения взаимопонимания, и одним из механизмов, позволяющих достичь этого, было и остается общение (коммуникация).

Коммуникация представляет собой передачу информации посредством языковых средств (речи), а эффективная коммуникация способствует достижению взаимопонимания между собеседниками [2, с. 72].

Речь – это средство коммуникации, способ познания действительности, это основа всякой умственной деятельности человека [1, с. 25].

Язык представляет собой знаковую систему, включающую слова и словосочетания, которые подчиняются правилам применения в сложных синтаксических конструкциях [3, с.19].

Чем развитее язык, тем богаче его лексика, что является неотъемлемым фактором эффективной коммуникации (общения) [4, с.53].

Становление процесса человеческого коммуникативного взаимодействия проходило длительный период от древней философии, эпохи нового времени и др. Древнекитайский просветитель *Конфуций* (551–479 до н.э.) отождествлял полезность личности в процессе общения с нравственностью: чувством долга к окружающим, уважением, соблюдением норм и правил взаимодействия в данном конкретном обществе, так как эти компоненты способствуют гармонии и мирному сосуществованию.

Древнегреческий философ *Сократ* (469–339 до н.э.) говорил о взаимосвязи моральных норм с сознанием и общением, представленные компоненты считал важнейшими для эффективного коммуникативного взаимодействия.

Ученик Сократа *Платон* (427–347 до н.э.) указывал на то, что процесс общения должен опираться на основные качества добродетели: справедливость,

рассудительность и соблюдение нравственности. Важным он видел способ взаимодействия, который зависит от качеств разных собеседников.

Деловая коммуникация в актуальный период пронизывает все сферы жизнедеятельности человека, а компетентностная составляющая этого процесса связана с позитивным и негативным исходом. Коммуникативная компетентность специалистов различных сфер профессиональной деятельности является важнейшей частью профессионализма делового человека. В этой связи имеется необходимость более подробно рассмотреть специфические особенности деловой коммуникации, среди которых выделяются:

1. Взаимодействие интересов коммуникантов сталкивается с социальным регулированием, которое осуществляется в рамках правового поля, т. е. основной целью взаимосотрудничества является юридическое оформление того или иного дела. Позитивным исходом подобного взаимодействия может стать юридическое заключение партнерских отношений, основанных на доверии и уважении.

2. Коммуникативное профессиональное взаимосотрудничество должно быть основано на регламентированности, т. е. подчиненности нормам и правилам законодательства данного общества, а также нормам профессиональной этики.

Указанные особенности зависят от типа, формы и степени официальности деловой коммуникации, а также строятся с учетом целей и задач взаимодействия. Помимо этого важным в построении коммуникативного диалога являются национальные культурные традиции и общественные нормы поведения.

Также особенностью делового коммуникативного взаимодействия является ответственность партнеров, поскольку от этого зависит успех деловых партнерских взаимоотношений.

Таким образом, деловое коммуникативное взаимодействие зависит от таких качеств личности делового человека, как обязательность, организованность, верность слову, а также соблюдение нравственно-этических норм и принципов. Деловое коммуникативное взаимодействие не допускает использования ненормативной лексики и нецензурных выражений, просторечия, жаргонов, диалектизмов и др.

### **Литература:**

1. Shkhatpatseva M.Kh., Ayvazyan O.O. Features of development of speech of lawyers in modern culture during the formation of the social structure / M.Kh. Shkhatpatseva, O.O. Ayvazyan // PARADIGMATA POZNÁNÍ. – Prague, Czech Republic. – 2016. – № 3. – pp. 23-27.

2. Айвазян О.О. Специфика развития навыков построения судебной речи как фактора формирования коммуникативной культуры будущих специалистов права в современной социокультурной реальности / GESJ: Education Science and Psychology, Georgia, 2016. – № 5(42). – pp. 71-73.

3. Айвазян О.О. Сущность, содержание и условия взаимодействия языка и мышления в современном многонациональном обществе / О.О. Айвазян // Science Time. – 2015. – №4 (16). – С. 19-24.

4. Шхапацева М.Х. Современный русский язык: учебник для педагогических факультетов высших учебных заведений (уровень подготовки – бакалавр) / М.Х. Шхапацева. – Майкоп, редакционно-издательский отдел ФГБОУ ВПО «АГУ», 2013. – 475 с.

## **ФЕНОМЕН МАНИПУЛЯТИВНОГО ОБЩЕНИЯ: МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНИКИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**О.О. Айвазян, Е.А. Еремина**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье раскрывается тема феномена манипулятивного общения. Изучается проблема важности манипуляций в современном обществе, а также выявляются способы манипуляции людьми.*

***Ключевые слова:** манипуляции, манипулятивные решения, манипулятивное общение, общество.*

Современное общество подвержено манипулятивным воздействиям со стороны манипуляторов, имеющих своей целью подчинить себе общественное сознание. В основе мотивации манипулятора лежит стремление увеличить его власть. Миблер указывал полезность данного феномена, но скорее он говорил об ординарной функции полезности, т. е. когда сами значения функции полезности не очень важны, а скорее важно соотношение. Вот этот объект приносит мне больше полезности, а вот это объект меньше. И человек ведет себя так, чтобы максимизировать получаемую полезность. Эта парадигма стала основополагающей в работах ученых конца 19 века. И она лежит сегодня в основе целого ряда наук, где изучается принятие решений человека. Если построить игровые основания этой модели, то можно будет узнать, что индивидуум может не только сравнивать сами «полезности» альтернатив объектов, но и лотереи на этих полезностях. Это довольно сильная гипотеза в теории выбора и принятия решений.

Сегодня основная парадигма выбора, то есть как человек осуществляет выбор, как он сравнивает альтернативы, состоит в том, что мы сравниваем полезности. Можно сказать, насколько полезность одного объекта больше полезности другого и когда мы выбираем тот объект, у которого полезность выше. Когда человек что-то выбирает, у него есть множество вариантов выбора, причем неважно, что это за варианты, а важно то, что человек сравнивает эти варианты попарно и отбрасывает те, которые имеют меньшую полезность и оставляет тот объект, который имеет наибольшую полезность.

Есть идея, она называется порог несравнимости – это когда есть погрешность измерения, и когда она мала, мы ее не чувствуем, но когда она велика, мы начинаем ее замечать. Например, когда у человека есть чашка кофе, которая не имеет сахара, а в другой чашке есть десятая доля миллиграмма сахара, то становится понятным, что определить разницу между этими двумя чашками очень сложно. Если в третью чашку кофе добавить еще 10

миллиграмм, то разница опять будет неопределима. Но если продолжать добавлять, то между рядом стоящих чашек кофе, которые различаются на 10 миллиграмм, человек не сможет определить разницу, но он может определить разницу между чашкой, в которой нет сахара, и между чашкой, в которой этого сахара три ложки.

Однако погрешность выбора может зависеть от тех объектов, с которыми человек сталкивается при сравнении. И эта идея описывает индивидуальный выбор таким образом, что позволяет переходить к задачам индивидуального или коллективного выбора, то есть когда мы позволяем индивидууму не быть жестко ограниченным и с четким измерением параметров. Но все-таки большое значение для манипулятивного общения имеет коллективный разум, массовая культура, поскольку осуществляется в процессе коммуникативно-речевого взаимодействия, средствами языка и речи.

Речь – вид коммуникативной деятельности человека, исторически сложившаяся форма общения людей в процессе становления массовой культуры. Речь является самым универсальным средством общения, поскольку в передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл и коммуникативные цели и задачи [1, с. 125].

Вообще массовая культура является доминирующей культурой в современном обществе. Есть два способа говорения:

- 1) рассматривает массовую культуру как пространство манипуляции;
- 2) рассматривает эмансипацию. То есть массовая культура обеспечивает определенному количеству людей доступ к тем планам, которые раньше были доступны немногим. Объяснением этому служит то, что огромное число современных явлений массовой культуры связаны с такими вещами, как война и пропаганда. Когда есть место войне, сразу возникает такое явление, как массовая пропаганда. Та пропаганда, в которой участвуют как государство, так и интеллектуалы, художники и т.д. Некоторые простые явления, как привычка манипулировать в рамках пиара, говорят о том, что до сегодняшних дней дошла концепция пропаганды.

В рамках манипулятивных техник существует еще и такая концепция, как «оболванивание масс», заключающаяся в том, что массовая культура – это пространство манипуляции, т. е. массовая культура является тем, с помощью чего власть манипулирует людьми. Следствием этого становится то, что массовая культура становится довольно низким явлением. Эта концепция о манипуляции поставлена под сомнение тем, что был перенесем фокус исследований на аудиторию. То есть эти исследования показывают то, что даже там, где, казалось бы, люди имеют дело с манипуляцией, аудитория всегда имеет своего рода пространство свободы. Это пространство свободы является чрезвычайно важным и ценным. Попытка положиться на пропангадистское манипулирование всегда окончится неудачей.

Существует такой метод манипулирования, как манипулирование при голосовании. Такой эффект, как получение лучшего для себя результата при голосовании, намеренно сообщая неискренние предпочтения, называется

манипулированием со стороны избирателей. Некоторые ученые считают, что не всегда люди могут скоординировано действовать, не всегда знают полные предпочтения других избирателей и т.д. Но это далеко не так. Действительно, могут быть сложные ситуации, когда не очень это все известно, и тогда может быть манипулировать нет смысла. Но, оказывается, что часто люди манипулируют с целью получения выгоды, более выгодного для себя результата.

Любая процедура принятия коллективных решений, если там больше чем две альтернативы, должна быть либо диктаторской, либо манипулятивной. С одной стороны, чтобы не было манипуляций, мы должны довериться одному человеку и всегда и во всем соглашаться с его решениями, либо люди могут исказить свои предпочтения и добиваться лучшего для себя результата.

Впервые этот эффект был описан в письмах председателя Римского Сената Плиния младшего, который обсуждал такую ситуацию: консул был убит у себя дома и было непонятно, убил ли консула его собственный слуга или этот слуга убил консула, повинувшись его приказу, или консул сам покончил с собой. Голосование по решению этого вопроса шло в Римском Сенате, и по ходу голосования голоса разделились. Возник риск, что слугу могут казнить. И обсуждался вопрос, как можно изменить процедуру, чтобы слуга остался жив. Поставив варианты на голосовании последовательно, слуге удалось выжить. Такая процедура сложна для манипулирования.

Таким образом, анализируя различные концепции феномена манипуляции, следует логическое умозаключение о том, что характер манипуляции во многом зависит от личности самого субъекта, от его характера и места в жизни. Манипулятор умеет выбирать подходящие приемы для определенных ситуаций. Основные способы и приемы манипуляции базируются на чувствах. Это воздействие страхом, воздействием виной, гордостью, жалостью и неуверенностью в себе. От психологического воздействия всегда можно защититься. Желание манипулировать – это желание скрытой власти. И, прежде всего, требуется избегать самого манипулятора. Нужно стараться не сообщать личную информацию о себе, чтобы у манипулятора не было рычагов воздействия. А самым важным и действенным способом является умение отказываться.

### **Литература:**

1. Айвазян О.О. Специфика развития навыков построения судебной речи как фактора формирования коммуникативной культуры будущих специалистов права в современной социокультурной реальности // ГЭНЖ: Образовательные науки и психология, 2016. – № 5(42). – С. 71-73.
2. Бубличенко М.М. Манипуляции в общении и их нейтрализация. Умей сказать «нет!» / М.М. Бубличенко. – М.: Феникс, 2013. – 224 с.
3. Фексеус Хенрик. Искусство манипуляции (подарочный комплект из 3 книг) / Хенрик Фексеус. – М.: Рипол Классик, 2010. – 812 с.
4. Фексеус Хенрик. Искусство манипуляции. Как читать мысли других людей и незаметно управлять ими / Хенрик Фексеус. – М.: Рипол Классик, 2010. – 940 с.

## ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ

О.О. Айвазян, А.А. Кукушкина

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В статье раскрываются основополагающие проблемы социализации личности. Изучается механизм и критерии успешности процесса вхождения личности в социум.

*Ключевые слова:* социализация, ценности, социально-правовые и политические события, общество.

В современных условиях трансформации общественного устройства с учетом острых социально-правовых и политических событий происходит становление личности, на которую оказывают воздействие негативные факторы, заключающиеся в различных нелюбимых публицистических статьях, репликах, высказанных окружающими, а также неодобрительных взглядах, что не может не оставить след на сознании человека. Однако одно и то же событие по-разному воспринимается личностью, один может уйти в свой внутренний мир, замкнуться в себе, отчего происходит ресоциализация, другой же даже не обратит внимание, т. е. негативные факторы не повлияют на становление и социализацию человека.

Становление личности в современном обществе – это достаточно длительный и трудоемкий процесс вхождения человека в социум, сопровождающийся множеством факторов, которые могут оказать как позитивное, так и негативное влияние. В этой связи создание единой модели, которая способна раскрыть внутренний мир каждой личности, механизмы и способы ее становления, представляется невозможным. В изучении процесса социализации задействованы различные сферы наук, однако в большей степени она ориентирована на социологию, которая позволяет наметить ориентиры, предоставляющие возможность анализировать ход социализации личности, т. е. «процесс формирования ценностных основ, знаниевого и деятельностного компонентов, направленных на выявление социальных качеств, свойств, ценностей, знаний и умений, из чего человек становится дееспособным участником социальных связей, институтов и общностей» [2; 116].

В основу механизма социализационного процесса включено множество компетентностей, включающих овладение знаниями и опытом социальных реалий, а также формирование ценностных установок, норм и правил поведения и общения в данном конкретном обществе. В целях более углубленного изучения процесса становления и функционирования социальной личности мы опираемся на результаты различных исследований, направленных

на выявление процесса обретения личностью социальных свойств и качеств. По мнению многих ученых, которые отмечали «два основополагающих компонента процесса формирования личности, ее духовной составляющей, а именно:

1) социально-групповые, классовые, этнические, профессиональные и т.д. стандарты, образцы ролевого поведения, предлагающие (предписывающие) личности определенный тип поведения, подкрепленные различными формами социального контроля;

2) автономная, независимая личность, содержащая потенциальную возможность собственной позиции, неповторимости, которая проявляется в процессе поиска, выбора и осуществления социальных ролей» [6, с. 110].

Социализация представляет собой общественное явление, которое обуславливается основными свойствами и потребностями общества, в котором происходит данный процесс. С учетом трансформаций социокультурной реальности происходит изменение и обновление реальности, существовавшей в предшествующий период, подобное явление выражается в изменении критериев и норм жизни. Данный процесс вызывает заинтересованность, что «обуславливает актуальность исследования происходящих изменений, которыми характеризуется процесс социализации личности, выявление конкретных факторов, условий и социальных противоречий, определяющих становление нового типа личности – участника социальных преобразований» [5; 59].

Процесс социализации может быть успешным, однако позитивные веяния в данной области не всегда означают положительный эффект, поскольку в современном российском обществе постоянно происходят изменения социальных норм, т.е. они нестабильны, а механизм включения личности в общественную систему до конца не сформирован.

Рассматривая более подробно проблему социализации личности, считаем необходимым отметить то, что любые процессы, которые происходят в общественной жизнедеятельности, способны оказывать как позитивное, так и негативное воздействие на личность, ее внутренний и внешний мир. Справедливо замечание известного ученого С.Л. Рубинштейна о том, что «личность это не только то или иное состояние, но процесс, в ходе которого внутренние условия изменяются, а с их изменением изменяются и возможности воздействия на индивида путем изменения внешних условий». В этой связи механизмы, содержание, условия социализации личности также подвластны изменениям, которые направлены на формирование личности как субъекта современного общества.

Каждый субъект современного общества ежедневно оказывается под воздействием различных факторов, как техногенных, так и имеющих социальное происхождение, вызывающих ухудшение состояния здоровья. Считаем важным отметить то, что «физическое здоровье личности неразрывно связано с психическим. Последнее в свою очередь связано с потребностью

человека в самореализации, т. е. обеспечивает ту сферу жизни, которую мы называем социальной» [3].

Отмечая психическое здоровье личности как один из факторов социализации, мы отталкиваемся от того, что данный компонент является определяющим человека как работоспособного и гармоничного, способного успешно реализоваться в обществе, т. е. адаптироваться в различных ситуациях.

«Психическое здоровье является необходимым условием успешной социализации личности. Статистика свидетельствует, что лиц, свободных от каких-либо психических нарушений, в настоящее время насчитывается в среднем лишь 35%. Прослойка людей с предболезненными состояниями в населении достигает немалых размеров: по данным разных авторов – от 22 до 89%. Однако половина носителей психической симптоматики самостоятельно адаптируются к среде» (А.В. Ананьев, Г.С. Никифоров).

Итак, успех процесса социализации можно оценить по следующим критериям:

- а) человек реагирует на другого человека как на равного себе;
- б) человек признает существование норм в отношениях между людьми;
- в) человек признает необходимую меру одиночества и относительную зависимость от других людей, то есть между параметрами «одинокий» и «зависимый» существует определенная гармония [4].

Анализируя все вышесказанное, можно прийти к логическому умозаключению о том, что одним из важнейших аспектов адаптации личности к изменениям в обществе является социализация. Из чего следует важность феномена социализации, предполагающего систему различных социальных процессов, благодаря которым индивид усваивает и воспроизводит определенную систему знаний, норм и ценностей, позволяющих ему функционировать в качестве полноправного члена общества [1].

Таким образом, социализация – это процесс вхождения личности в социум, освоение основополагающих норм и правил поведения и общения в данном конкретном обществе, усвоение ценностных ориентиров, позволяющих мирно сосуществовать как с самим собой, так и с обществом в целом. При этом старшее поколение передает младшим свои знания, формирует у них умения, необходимые для самостоятельной жизни. Так, одно поколение сменяет другое, обеспечивая преемственность культуры, включая язык, ценности, нормы, обычаи, мораль и традиции.

#### **Литература:**

1. Айвазян О.О. Социально-правовая социализация личности будущего юриста как основа формирования коммуникативной культуры в современной социокультурной реальности // Современные научные исследования и разработки. – Москва. – Вып. № 7 (7), декабрь, 2016. – С. 282-285.

2. Кравченко А.И. Социология. Учебное пособие. – М., 2005.

3. Кукушкина А.А. Правовая культура как основа правовой социализации молодежи в современном этно-социальном обществе / Содружество. – Новосибирск. – 2016. – № 4 (4). – Часть 3. – С. 124-126.

4. Кукушкина А.А. Сущность и содержание правовой социализации молодежи в современных социально-экономических условиях развития общества Российской Федерации // Вестник Науки и Творчества. – Казань. – 2016. – №6 (6). – С. 106-110.

5. Социология: наука об обществе / Под ред. В.П. Андрущенко. – Харьков, 2001. – 688 с.

6. Черненко И.А. Медиаобразование как фактор социализации личности в условиях перехода к информационному обществу // Сборник научных статей по материалам Всероссийской научной заочной конференции с международным участием Южный филиал Российского института культурологии «Медиакультура и медиаобразование в поликультурном обществе», Краснодар, 15 сентября-15 октября 2013 г. – М.: Издательство «Перо». – С. 109-115.

## КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

О.Б. Анисимова, В.П. Осадчая

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар, Россия

***Аннотация.** В представленной статье рассматривается культурологическая составляющая профессиональноориентированного обучения иностранному языку. Данный аспект требует специального подхода в формировании соответствующих умений и навыков, реализующихся в различных сферах профессиональной деятельности будущего специалиста, а также вносит значительный вклад в понимание различных культурных реалий, реализуемых в многочисленных профессиональных сферах.*

***Ключевые слова:** культурологическая составляющая, профессиональноориентированное обучение, профессиональная сфера, интеграция, речевые навыки, межкультурная компетентность, культурные реалии, социокультурные навыки.*

Современная международная ситуация нацелена на развитие международных связей, культурных и деловых контактов, а следовательно, связана с привлечением большого числа специалистов из различных областей профессиональной деятельности. Нельзя рассматривать языковую культуру изолированно от профессиональной сферы деятельности. Язык – это прежде всего проявление национальной культуры. Глубокое понимание культурного фона, культурная осведомленность имеют важное значение для формирования межкультурной коммуникации в профессиональноориентированном обучении. Понимание языка означает понимание культуры. Культурологическая составляющая должна быть внедрена в общение на профессиональном уровне. Интеграция культуры при профессиональноориентированном обучении иностранному языку имеет немаловажное значение.

Культурологическая составляющая при обучении иностранному языку для специальных целей ориентирована на освоение элементов культуры той или иной страны в процессе профессиональноориентированного обучения, а также на познание культурных реалий определенных сфер профессиональной деятельности. В связи с развитием культуры и общества спектр элементов, необходимых человеку для жизнедеятельности, постоянно меняется (расширяется), в него добавляются и владение основами физической, эстетической, экологической, экономической, правовой и ряда других культур. [6] Данная составляющая представляет собой совокупность

взаимосвязанных понятий, идей и способов реализации в профессиональноориентированном обучении.

Мы выделяем три основных способа интеграции культуры при обучении иностранному языку для специальных целей:

- расширение базовых знаний;
- понимание культурных реалий;
- межкультурная компетентность (способность эффективно взаимодействовать с людьми разных культур).

Понимание культурных реалий тесно связано со знанием речевого этикета. Невозможно представить себе профессиональную деятельность без языковой культуры, в которой не были бы представлены требования этикета к речевой деятельности. Этикет речевого общения играет важную роль в успешном взаимодействии людей, их личностном и профессиональном росте, построении крепких и дружеских отношений. Речевой этикет оригинален для каждой страны и имеет свои правила и нормы, которые иногда существенно отличаются от правил и норм речевого этикета другой культуры. Овладение речевыми шаблонами и их интеграция в различные виды общения может способствовать снижению риска коммуникативного сбоя [7].

Умение, например, правильно приветствовать своих партнеров по профессиональной сфере может способствовать продуктивному ведению деловых переговоров. Не стоит ожидать, например, от японцев рукопожатий. Американцы же, напротив, ведут себя более раскрепощено, используя менее официальный стиль речи по сравнению с британцами. Целью общения с точки зрения межкультурной компетентности является «способность человека вести себя адекватно, когда он сталкивается с действиями, взглядами и ожиданиями представителей других культур» [8].

Межкультурная компетентность прослеживается в профессиональной сфере при ведении деловых переговоров. Так, например: британцы обсуждают деловые вопросы с напитками во время еды; японцы предпочитают не работать во время еды. Немцы ведут бизнес-переговоры перед ужином, а французы после. Снять пиджак и засучить рукава – признак начала работы в Великобритании и Голландии, но в Германии это рассматривают как отступление от работы. Американская привычка класть ноги на стол шокирует японцев и рассматривается как социальное оскорбление.

На наш взгляд, профессиональноориентированное обучение иностранному языку должно быть представлено не как предмет, который нужно изучать в отрыве от реального использования, не как механический навык или привычку, которую нужно развивать, а напротив, должно знакомить обучающихся с особыми способами использования языка в функциях, которые им необходимо будет выполнять в своих областях специализации или работы с учетом межкультурной компетентности.

Несомненно, профессиональноориентированное обучение относится к языку исследований и инструкций, которые фокусируются на конкретных коммуникативных потребностях и практиках определенных профессиональных

групп. Являясь востребованной дисциплиной современного общества, оно вносит значительный вклад в наше понимание различных культурных реалий, реализуемых в многочисленных профессиональных сферах. Обучающиеся могут применять то, что они изучают на уроках иностранного языка, в своей основной области, будь то спортивная тренировка в избранном виде спорта, спортивный менеджмент, педагогическое образование или туризм. Возможность использовать словарный запас и структуры, которые они изучают в содержательном контексте, повышает их уровень и мотивацию.

Профессиональноориентированное обучение иностранному языку требует также специального подхода к отбору содержания учебного материала, который должен непосредственно отражать профессиональные интересы обучающихся и культурологические особенности языка, необходимые для дальнейшего профессионального роста.

Преподавателями кафедры иностранных языков Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма были разработаны учебные пособия по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной сфере» по различным направлениям и профилям подготовки вуза: «Иностранный язык в профессиональной сфере: английский язык для педагогического образования» [1], «Здоровый образ жизни» [3], «Иностранный язык в профессиональной сфере: английский язык в сфере спорта и физической культуры» [4], «Иностранный язык: английский язык для спортивных менеджеров» [5]. При составлении вышеуказанных пособий учитывались культурологические особенности, играющие немаловажную роль в межличностном общении, создающем особое коммуникативное пространство. Учебные пособия направлены на формирование иноязычной профессиональной компетенции, которая дает возможность использовать иностранный язык в профессиональном общении с учетом сфер, ситуаций, форм и видов деятельности, для осуществления которых требуется знание культурологических особенностей иностранного языка. Обучающиеся продолжают совершенствовать социокультурные навыки. Например, пособие «Иностранный язык в профессиональной сфере: английский язык в сфере спорта и физической культуры» содержит следующие темы:

- представление (introduction);
- первые контакты между людьми (first contacts);
- приглашение (invitation);
- в аэропорту (at the airport);
- в гостинице (at the hotel);
- на таможне (customs);
- в ресторане (eating out).

Пособие «Иностранный язык в профессиональной сфере: английский язык для педагогического образования» содержит аутентичные тексты, дающие представление об особенностях дошкольного образования, педагогического состава, воспитания детей в разных странах. Данные знания помогают адаптироваться к иноязычной среде, учитывая культурный опыт народа, говорящего на изучаемом языке.

Пособие «Иностранный язык: английский язык для спортивных менеджеров» содержит информацию об истории спортивного менеджмента, маркетинге в спорте, этике в спортивном менеджменте на основе оригинальных интернет-источников, позволяющих развивать и совершенствовать культурологические навыки иностранного языка в профессиональной сфере.

Таким образом, культурологическая составляющая при профессиональноориентированном обучении позволяет сформировать оптимальную модель развития личности обучающегося, которая позволит ему стать самостоятельной личностью не только на уровне формального знания и умения, представленного рамками вуза, но и в сложном многообразном пространстве современного мира и будущей профессиональной деятельности [2]. Привлечение культурологических компонентов при обучении иностранному языку в профессиональной сфере необходимо для достижения основной практической цели – формирования способности к общению на изучаемом языке, что делает обучаемого не только образованным, но и культурным, учит мыслить и применять профессиональные знания в реальной жизни.

#### **Литература:**

1. Осадчая В.П. Иностранный язык в профессиональной сфере: английский язык для педагогического образования: учебное пособие / В.П. Осадчая, Н.И. Марьян. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – 112 с.

2. Чурикова Е.Г., Якушкина М.С. Развитие личности учащихся посредством воспитания социально значимых компетенций / Е.Г. Чурикова, М.С. Якушкина // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – Т. 18. – С. 214-218.

3. Щеглова Н.В. Healthy lifestyle / Здоровый образ жизни: учеб. пособие для вузов / Н.В. Щеглова, Л.Г. Ярмолинец. – Краснодар: КГУФКСТ, 2012. – 154 с.

4. Щеглова Н.В. Иностранный язык в профессиональной сфере: английский язык в сфере спорта и физической культуры: учеб. пособие для бакалавров / Н.В. Щеглова, Л.Г. Ярмолинец. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 183 с.

5. Ярмолинец Л.Г. Иностранный язык: английский язык для спортивных менеджеров: учебное пособие / Л.Г. Ярмолинец, О.Л. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – 146 с.

6. Абдрахман Г.К. Культурологический подход в образовании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://nbisu.moy.su/ld/7/730\\_Abdrahman\\_G.C..pdf](http://nbisu.moy.su/ld/7/730_Abdrahman_G.C..pdf) (последнее обращение 15.03.2019 г.)

7. Психология и педагогика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/3911423/page:9/> (последнее обращение 15.03.2019 г.)

8. Тер-Минасова С. Язык и межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/6208277/page:4/> (последнее обращение 15.03.2019 г.)

## АНАЛИЗ УРОВНЯ ЗНАНИЙ ШКОЛЬНИКОВ ПО ПРЕДМЕТУ ОСНОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.Г. Ахромова, К.Р. Саакова, О.Н. Белоусов

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* Проведен анализ уровня знаний школьников по предмету основы безопасности жизнедеятельности, показанных ими на региональном этапе всероссийской олимпиады школьников.

*Ключевые слова:* школьники, олимпиада, основы безопасности жизнедеятельности, уровень знаний.

Актуальность. В предметных олимпиадах и конкурсах участвуют дети, показывающие особые, выдающиеся способности и достижения в той или иной сфере деятельности. Это традиционная форма работы с одаренными детьми. С одной стороны, каждый ребенок «одарен», и задача педагогов состоит в раскрытии его интеллектуально-творческого потенциала, с другой стороны, существует категория детей, качественно отличающихся от своих сверстников [1].

Олимпиада по основам безопасности жизнедеятельности позволяет решать просветительские, воспитательные и обучающие задачи, формирует у участников навыки самостоятельной познавательной деятельности. Она играет важную роль в формировании как общей культуры школьников, так и культуры их личной безопасности [2].

Цель исследования – определить уровень знаний школьников 10,11 классов по предмету основы безопасности жизнедеятельности (ОБЖ), показанных ими на региональном этапе всероссийской олимпиады школьников по основам безопасности жизнедеятельности 2018-2019 учебного года.

В ходе исследования мы решали следующие задачи:

1. Определить уровень знаний школьников по ОБЖ, провести сравнение знаний учеников по разным разделам предмета ОБЖ, показанных ими в ходе выполнения олимпиадных заданий теоретического тура.

2. Дать рекомендации учителям ОБЖ по совершенствованию теоретической подготовки школьников к олимпиаде.

В соответствии с положением о проведении олимпиады по ОБЖ в ней принимали участие две возрастные группы школьников – ученики 9 класса и 10, 11 классов, для каждой из которых были разработаны задания теоретического тура. В данном исследовании проведен анализ знаний школьников старшей возрастной группы в количестве 28 человек.

Ежегодно центральной предметно-методической комиссией в соответствии с задачей определения знаний школьников в различных областях

безопасности разрабатывается комплект заданий по нескольким разделам предмета ОБЖ. В 2019 году на теоретическом туре олимпиады школьников по ОБЖ были представлены 12 заданий по 10 разделам.

Первое задание касалось знаний школьниками основ топографии. Им были предложены 4 топографических знака, при этом надо было определить названия (значения) условных топографических знаков по их изображениям и расшифровать пояснительные условные знаки. Максимальная оценка за правильно выполненное задание составляла 12 баллов. В данном задании школьники показали средний результат 3,6 балла, т.е. 30% от максимального результата. Это свидетельствует о том, что школьники плохо знают основы топографии, поэтому при подготовке учащихся к олимпиаде учителям школ необходимо обращать внимание на данный раздел.

Второе задание касалось неинфекционных заболеваний (НИЗ). Оно состояло из 3 частей. Надо было назвать НИЗ, на долю которого, по данным ВОЗ, приходится наибольшая доля в структуре смертности. Большинство школьников правильно указали сердечно-сосудистые заболевания. Во 2-й части задания были перечислены клинические признаки, по которым необходимо было определить неотложное состояние. Здесь большинство школьников правильно назвали инфаркт миокарда. В 3 части задания требовалось описать мероприятия первой помощи пострадавшему при данной патологии. С этой частью задания у школьников возникли трудности. Максимальная оценка за задание составляла 12 баллов. Средние значения правильных ответов школьников составили 4,7 балла (39%).

В третьем олимпиадном задании надо было правильно соотнести понятия «локализация возбудителя», «механизм передачи инфекции» и «инфекционные заболевания». Все они были названы в задании. Максимальная оценка составляла 17 баллов. Школьники набрали в среднем 10,2 балла (60%).

Четвертое задание касалось ЧС природного характера. Надо было назвать три условия, совпадение которых необходимо для возникновения селя. Из 7 возможных баллов школьники набрали 2,8 балла (40%).

В пятом задании было необходимо из 11 приведенных поражающих факторов землетрясения и извержения вулканов выбрать те, которые относятся к первичным или вторичным. Из 11 баллов школьники набрали 7,1 балла (65%).

Шестое задание касалось знаний школьниками правил дорожного движения. Из 6 дорожных знаков надо было определить те, которые запрещают движение автомобилей или велосипедистов. Из 8 возможных баллов школьники набрали 4,7 (59%).

Седьмое задание было связано со знанием школьниками основ терроризма и экстремизма. Необходимо было перечислить признаки, позволяющие предположить, что в отношении человека осуществляется деструктивное психологическое воздействие. Вопрос предполагал письменное изложение школьниками ответов. Их количество не ограничивалось, а в критериях оценивания были приведены 5 правильных признаков, причем в задании оговаривалось, что допускаются иные формулировки пунктов, не

искажающие их смысл. Наш многолетний опыт проведения олимпиад по основам безопасности жизнедеятельности и оценки выполнения школьниками олимпиадных заданий теоретического тура показывает, что такие задания представляют для учеников определенные трудности. Школьники дают много общих расплывчатых формулировок, которые сложно сопоставлять с эталонными ответами. В среднем за задание ученики получили 4,3 балла из 10 возможных (43%).

Восьмое задание касалось Единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС). Необходимо было определить, какие мероприятия, проводимые органами управления и силами РСЧС, относятся к режиму повседневной деятельности, а какие – к режиму повышенной готовности. Задание содержало 11 правильных ответов. Школьники в среднем набрали 8,6 балла (78%).

Девятое задание касалось полномочий Президента и Правительства РФ в области гражданской обороны. Были приведены 7 положений, 3 из которых принадлежали Президенту РФ, а 4 – Правительству РФ. При максимальной оценке 7 баллов школьники набрали 5,6 балла (80%).

Десятое задание было связано с характером воздействия радиации на организм человека, который зависит от вида ионизирующего излучения и его дозы. На основании приведенных данных о проникающей способности, приемов защиты и природы излучения необходимо было определить 4 вида излучения. Школьники в среднем набрали 3,1 балла из 8 возможных (39%).

В связи с тем, что в олимпиаде по ОБЖ участвовали школьники 10 и 11 классов, два задания были посвящены основам военной службы.

В 11-м задании были представлены рисунки пяти петличных знаков на военной одежде. Необходимо было соотнести их с соответствующими названиями родов войск, которые были представлены в задании. Из максимально возможных 5 баллов школьники набрали 3,8 балла (76%).

В 12-м задании были приведены основные внутренние военные опасности и военные угрозы. Необходимо было распределить их по этим двум разделам так, как это указано в военной доктрине РФ. За задание было дано 9 баллов, из которых школьники в среднем набрали 6,3 балла (70%).

Вышеназванные 12 заданий входили в первый модуль теоретического тура. Второй модуль представлял собой комплект из 22 тестовых заданий, оцениваемых в 33 балла. Школьники в среднем набрали 16,3 балла (49%). Для тестирования это очень низкий процент правильных ответов. Мы связываем это с тем, что не все участники олимпиады поняли, сколько правильных ответов надо давать на каждое задание. Нам это было не понятно, так как рядом с каждым тестом были приведены максимальные баллы за тест, которые прямо подсказывали школьнику, сколько правильных ответов предусмотрено. По-видимому, школьные учителя не ориентируют детей внимательно читать текст задания. Каждый школьник в среднем мог заработать за второй модуль еще 17 дополнительных баллов. Здесь может быть еще одно объяснение таких низких результатов. Учителя в школе дают детям для решения тесты так называемого

первого уровня, которые предусматривают только один ответ. Школьники не привыкли к многовариантности тестов, поэтому показали такие слабые результаты тестирования.

Итоговая сумма баллов за 12 заданий и 22 теста в теоретическом туре олимпиады составляла 150 баллов. Школьники в среднем набрали 81,64 балла, что составило 54,4% правильных ответов. Это очень низкий для олимпиады результат, учитывая тот факт, что на региональный этап всероссийской олимпиады школьников по ОБЖ отбираются победители муниципальных этапов, проводимых в 44 городах и районах Краснодарского края. При этом максимальный проходной балл для участия в региональном этапе составлял в 2019 году 196 баллов из 200, что противоречит показанным на региональном этапе олимпиады результатам.

Мы считаем, что низкие результаты, показанные учащимися, связаны с несколькими моментами. Во-первых, во многих школах предмет ОБЖ входит в учебные планы только в 8-11 классах, тогда как стандарт образования предусматривает проведение ОБЖ гораздо раньше. Во-вторых, победители и призеры регионального этапа всероссийской олимпиады в Краснодарском крае в перспективе могут участвовать во всероссийской олимпиаде школьников, однако уже в течение трех лет баллы, полученные победителем и призерами регионального этапа, не позволяют школьникам в соответствии с рейтинговой шкалой попасть на всероссийский этап олимпиады. Это снижает мотивацию учеников на систематическую многомесячную подготовку к участию в олимпиаде. В-третьих, результаты регионального этапа не дают школьникам преимуществ при поступлении в вуз на непрофильные направления подготовки, в связи с чем перед выпускниками школ стоит выбор между серьезной подготовкой к олимпиаде по ОБЖ или к единому государственному экзамену по тем предметам, которые необходимы школьнику для поступления в вуз. В-четвертых, для учителей школ, подготовивших призера или победителя олимпиады, не предусмотрено существенных материальных поощрений. Все это, в комплексе, снижает эффективность подготовки школьников к региональному этапу всероссийской олимпиады школьников по ОБЖ и отрицательно отражается на итоговых результатах.

Полученные нами результаты исследования позволяют дать рекомендации учителям ОБЖ общеобразовательных школ, касающиеся содержательной части подготовки школьников к региональному этапу всероссийской олимпиады в 2019-2020 учебном году.

Кроме того, победитель и призеры данной олимпиады будут на базе КГУФКСТ готовиться к всероссийской олимпиаде по ОБЖ по программе, разработанной преподавателями кафедры безопасности жизнедеятельности и профилактики наркомании, а полученные нами при анализе результатов данные позволят внести коррективы в процесс обучения школьников. Особое внимание в обучении будет направлено на те разделы предмета ОБЖ, по которым ученики показали наиболее слабые знания.

### **Литература:**

1. <https://infourok.ru/individualnaya-rabota-s-odarennimi-detmi-1527773.html>
2. Неверов В.Н. Формирование личности безопасного типа поведения при обучении ОБЖ: психолого-педагогический аспект / В.Н. Неверов, А.М. Деркач // Молодой ученый. – 2014. – № 5.1. – С. 50-53. – URL <https://moluch.ru/archive/64/10313/>

## АНАЛИЗ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ШКОЛЬНИКОВ ПО ПРЕДМЕТУ ОСНОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.Г. Ахромова, К.Р. Саакова, А.И. Величко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В работе проведен анализ умений и навыков школьников по предмету основы безопасности жизнедеятельности, показанных ими на региональном этапе всероссийской олимпиады школьников.

*Ключевые слова:* школьники, олимпиада, основы безопасности жизнедеятельности, умения, навыки.

Актуальность. Целью подготовки и участия школьников в олимпиаде по основам безопасности жизнедеятельности (ОБЖ) является не только освоение знаний о безопасном поведении человека в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, техногенного и социального характера, о здоровье и здоровом образе жизни, о государственной системе защиты населения от опасных и чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени, об обязанностях граждан по защите государства, о современном комплексе проблем безопасности, но и формирование умений и навыков оценивать ситуации, опасные для жизни и здоровья, моделировать безопасное поведение в опасных и чрезвычайных ситуациях, использовать средства индивидуальной и коллективной защиты, оказывать первую помощь при неотложных состояниях и др. [1].

Цель исследования – определить умения и навыки школьников 10,11 классов по предмету основы безопасности жизнедеятельности (ОБЖ), показанные ими на региональном этапе всероссийской олимпиады школьников по основам безопасности жизнедеятельности 2018-2019 учебного года.

В ходе исследования мы решали следующие задачи:

1. Определить уровень умений и навыков школьников, показанный ими в ходе выполнения олимпиадных заданий по ОБЖ практического тура.
2. Разработать программу, направленную на совершенствование практической подготовки школьников к олимпиаде.

В данном исследовании проведен анализ умений и навыков школьников 10,11 классов в количестве 28 человек.

В 2019 году на практическом туре олимпиады школьников по ОБЖ были представлены 8 заданий.

Первое задание практического тура было посвящено проведению спасательных работ на воде. В ходе его выполнения школьники должны были попасть в «спасательный плот с туристами», который по легенде терпит бедствие, веревкой или «линем спасательным» (конец Александрова) с

расстояния 8 метров (девушки) или 10 метров (юноши). Для выполнения задания давались 2 попытки.

Максимальная оценка за правильно выполненное задание составляла 10 баллов. Школьники выполнили задание со средним результатом 4,6 балла, т. е. доля правильно выполненных заданий составила 46%. Мы связываем такой низкий результат с двумя факторами. Не во всех школах в кабинетах ОБЖ есть такое оборудование, как конец Александрова, хотя Центральная методическая комиссия при составлении задания учла это и предложила школьникам для бросков альтернативный вариант в виде веревки. Второй момент связан с тем, что конец Александрова конструктивно имеет много вариантов, которые отличаются по весу груза, качеству и диаметру веревки, что, несомненно, откладывает отпечаток на технику выполнения броска. И хотя для выполнения данного задания мы предоставили школьникам сертифицированное оборудование, было заметно, что при обращении с ним они испытывали определенные трудности. Некоторые ученики после первого броска меняли конец Александрова на обычную веревку.

Второе задание было связано с оказанием первой помощи пострадавшим, вызову спасателей. По условиям задания – у одного пострадавшего перелом голени, другой лежит неподвижно. Кроме оказания первой помощи пострадавшему при переломе и клинической смерти, школьники должны были вызвать спасателей, продемонстрировав умение выложить с помощью лент 2 сигнала бедствия по международной кодовой таблице в соответствии с заданием.

Так как задание было комплексным, максимальная оценка за задание составляла 40 баллов, причем были предусмотрены значительные штрафные баллы за ошибки при его выполнении. Школьники набрали в среднем 39,6 балла (99%). Это достаточно высокий результат, который мы связываем с тем, что в оборудование кабинета ОБЖ во многих школах входит робот-тренажер с режимом «сердечно-легочная реанимация». Школьники имеют возможность отрабатывать навыки реанимации в том варианте, каким он является на олимпиаде.

В данное задание фрагментом входил вызов спасательных служб. Школьники успешно справились с заданием. Мы связываем это с тем, что знаки бедствия по международной кодовой таблице были отдельным заданием на муниципальном этапе олимпиады школьников по ОБЖ.

Третьим заданием была «Раскладка костра». Школьники в соответствии с карточкой с заданием должны были выложить один из 5 видов костров – «шалаш», «колодец», «звездный», «нодья», «камин». Школьники получили за это задание в среднем 10 баллов из 10 возможных, что составило 100% правильно выполненных заданий.

Четвертое задание было посвящено демонстрации умений школьников преодолевать зону химического заражения, возникшую в результате применения противником боевых токсических химических веществ, надев специальную защитную одежду в виде легкого защитного костюма (Л-1).

Кроме того, надо было оказать помощь пострадавшему, попавшему в зону заражения, надев на него противогаз. Максимальная оценка за правильно выполненное задание составляла 30 баллов. Школьники показали результат 27,8 балла (93%).

Пятое задание – «Подготовка бочонка к подъему» – предполагало подъем цилиндрического бака объемом 20 литров без ручек с помощью веревки. Жюри оценивало угол наклона бочонка относительно вертикальной оси при подъеме, за что начислялись штрафные баллы. Успешность выполнения задания зависела от правильности обвязки бочонка веревкой. Школьники успешно справились с заданием, набрав 20 баллов из 20 возможных (100%).

В шестом задании школьникам было необходимо определить высоту и ширину объектов любым способом. Штрафы вводились за ошибки при измерении габаритов объекта. Данное задание успешно выполнили большинство школьников, средний балл был равен 9,9 балла из максимальных 10, что составило 99% правильно выполненных заданий.

В связи с тем, что в практической части олимпиады участвовали школьники 10 и 11 классов, 2 задания были посвящены материалу, практическое освоение которого происходит в процессе изучения школьниками раздела «Основы военной службы».

Одно из заданий заключалось в снаряжении магазина к автомату Калашникова патронами. Необходимо было разрядить «неисправный» магазин и снарядить исправный магазин 30 патронами, затратив на это не более 50 секунд (юноши) и 60 секунд (девушки). Максимальная оценка за правильно выполненное задание составляла 10 баллов. Школьники в среднем получили за его выполнение 7,7 балла (77%).

Вторым заданием из данного раздела была стрельба по мишеням. Участнику олимпиады предоставлялась возможность выполнить 5 выстрелов из пневматической винтовки или пистолета (по выбору школьника). В зачет шли результаты двух лучших выстрелов из 5 произведенных участником. Школьники за это задание набрали 12,3 балла из 20 возможных. Мы считаем это низким результатом, так как в зачет шли два лучших выстрела участника. Мы связываем это с тем, что во многих школах нет тира, школьникам негде совершенствовать свои умения в стрельбе.

В целом, в соответствии с «Критериями и методикой оценивания выполненных олимпиадных заданий практического тура регионального этапа всероссийской олимпиады школьников по основам безопасности жизнедеятельности 2018-2019 учебного года» (Москва, 2018), максимальное количество баллов за 8 практических заданий составляло 150. Число баллов, набранных участниками, подсчитывалось как сумма баллов, полученных на каждой из 8 дистанций. Общая сумма баллов у школьников на данной олимпиаде варьировала от 115 (минимальная сумма баллов) до 150 (максимальная сумма баллов). В среднем этот показатель у школьников составил 132 балла, т. е. 88% заданий были выполнены правильно.

При этом одни задания школьники выполняли более успешно (это первая помощь пострадавшим, раскладка костра, подъем бочонка). С другими заданиями школьники справились менее успешно. Это бросание конца Александра, преодоление зоны химического заражения, снаряжение магазина патронами и стрельба по мишеням.

Успешное выполнение заданий практического тура олимпиады, демонстрация школьниками умений и навыков в полном объеме мы связываем с тем, что школьные учителя ОБЖ уделяют большое внимание практической подготовке школьников, совершенствуют их умения и навыки в процессе систематических тренировок. Многие школы оснащены современным оборудованием и снаряжением, которые позволяют учащимся отрабатывать соответствующие умения и навыки.

С другой стороны, в отдельных школах не созданы полноценные условия для подготовки школьников к участию в олимпиадах, что отражается на ее результатах.

Призер и победители олимпиады (их количество составляет 35% от числа участников) готовятся к всероссийской олимпиаде по ОБЖ под руководством преподавателей кафедры безопасности жизнедеятельности и профилактики наркомании КГУФКСТ. Нами составлен план обучения, который учитывает указанные выше проблемы подготовки. Для полноценной работы со школьниками университет располагает хорошей материальной базой, использование которой позволит школьникам под руководством квалифицированных преподавателей успешно подготовиться к участию во всероссийской олимпиаде по основам безопасности жизнедеятельности, показать высокие результаты и войти в число призеров.

#### **Литература:**

1. <https://infourok.ru/statya-podgotovka-shkolnikov-k-uchastiyu-vo-vserossiyskoy-olimpiade-shkolnikov-po-obzh-3688496.html>

## УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

А.Г. Ахромова, К.Р. Саакова, Ю.И. Чуйко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* Внедрение курса антитеррористической подготовки волонтеров позволяет сформировать широкий арсенал их действий для обеспечения гарантированной безопасности в стандартных, сложных и экстремальных условиях деятельности на крупных спортивно-массовых мероприятиях.

*Ключевые слова:* волонтеры, безопасность, антитеррористическая подготовка, спортивно-массовые мероприятия.

Сотни лет спортивные события привлекали и объединяли людей по всему миру. Впечатления, эмоции, энергетика – это то, что так манит зрителей, жажда победы – то, чего так хотят участники состязаний [1]. В наше время в России идет активное развитие как любительского, так и профессионального спорта. Государством активно приветствуются и поддерживаются различные спортивные соревнования. «Чем сложнее обстановка, тем больше будет проводиться культурных и спортивных мероприятий, которые призваны объединить людей. Это огромная гуманитарная миссия спорта. Нас ждут крупные соревнования в разных видах спорта разных уровней», – сказал Президент России В.В. Путин [2].

Проблема обеспечения безопасности при проведении спортивно-массовых мероприятий была, есть и всегда будет злободневной. Это связано с рядом факторов. В рамках одной статьи невозможно их даже перечислить, поэтому мы остановимся только на одном аспекте обеспечения безопасности спортивно-массовых мероприятий – на антитеррористической безопасности.

Сегодня терроризм, наряду с распространением оружия массового уничтожения, региональными конфликтами и организованной преступностью, является самым опасным вызовом безопасности нашей страны [3]. Как известно, крупные соревнования представляют для террористов большой интерес. Это связано, в первую очередь, с тем, что, как правило, на таких мероприятиях предполагается наличие большого числа зрителей и участников. А чем больше количество потенциальных жертв теракта, тем более сильный резонанс будет иметь проведенный на стадионе или площади террористический акт. Именно значительное количество возможных жертв и связанные с этим многочисленные информационные потоки и являются одной из целей террористов. Этим они пытаются показать, что от них не существует защиты.

В связи с этим обеспечение общественного порядка и безопасности при проведении спортивно-массовых мероприятий, в частности официальных спортивных соревнований, является объективным отражением государственной политики в сфере физической культуры и спорта.

Принятый в России в 2007 году Закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» и поправки к нему направлены на обеспечение общественного порядка и общественной безопасности при проведении официальных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий на спортивных объектах [5].

Одним из концептуальных нововведений в поправках к Закону является достаточно четкое определение и закрепление в системе организации обеспечения общественного порядка и безопасности при проведении официальных спортивных и физкультурных мероприятий понятия «контролер-распорядитель». Однако, несмотря на то, что в последнее время к обеспечению безопасности на крупных соревнованиях активно привлекаются контролеры-распорядители (стюарды), для соблюдения порядка на крупных спортивных объектах требуется активное участие и традиционных волонтеров.

Сегодня институт волонтеров является особенно актуальным, так как в связи с активным развитием в стране физической культуры и спорта число проводимых в России спортивных соревнований различного уровня неуклонно растет [4]. Список больших спортивных мероприятий, которые прошли в России за последнее десятилетие, впечатляет: финал футбольной Лиги чемпионов (2008, Москва), два чемпионата мира по биатлону (2010, 2011, Ханты-Мансийск), ряд больших боксерских поединков, молодежный чемпионат мира по хоккею (2013, Уфа), летняя Универсиада (2013, Казань), зимняя Олимпиада (2014, Сочи), этап «Формулы-1» (с 2014 года, Сочи), чемпионат мира по водным видам спорта (2015, Казань), чемпионат мира по хоккею (2016, Москва, Санкт-Петербург), Кубок конфедераций по футболу (2017, 4 города), чемпионат мира по футболу (2018, 11 городов).

Анализ опыта прошлых лет по обеспечению безопасности спортивно-массовых мероприятий в России, а также практика зарубежных стран в этом вопросе показывают, что залогом успешности проведения соревнований различного уровня являются разнообразные превентивные меры по безопасности. Они подразумевают создание интегрированной системы, основанной на взаимодействии органов государственной власти и местного самоуправления, спортивных федераций, клубов, собственников и владельцев спортивных сооружений. Несомненно, частью этой системы безопасности на крупных спортивно-массовых мероприятиях является деятельность волонтеров, главная функция которых обеспечение безопасности и общественного порядка, а также создание комфортных условий для зрителей.

В КГУФКСТ на кафедре безопасности жизнедеятельности и профилактики наркомании в 2004 году создан волонтерский студенческий поисково-спасательный отряд «SOS» (ВСПСО «SOS»). Его формирование было связано с открытием в 2000 году в вузе новой специальности «Безопасность

жизнедеятельности». В качестве специализации для студентов была выбрана «Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях техногенного и природного происхождения». Участие студентов в деятельности отряда служило важным фактором их профессионального роста. На основе ВСПСО «SOS» была создана команда студентов-спасателей, которая ежегодно принимала участие в студенческих соревнованиях по пятиборью спасателей МЧС России и неоднократно становилась победителем соревнований на краевом и российском уровне. Кроме того, члены отряда много раз привлекались МЧС к работам по ликвидации последствий стихийных бедствий в Краснодарском крае – разлив нефти на косе Тузла, наводнение в Крымске, наводнение в Туапсе и др.

Выполнение функций волонтерского отряда по предназначению требует специальной подготовки его членов. Для студентов, принимающих участие в ликвидации стихийных бедствий, такой подготовкой является участие в соревнованиях по пятиборью спасателей МЧС России. В ходе их проведения студенты соревнуются на пяти дистанциях – это кросс-эстафета на 3 км, комплексное силовое упражнение, поисково-спасательные работы (ПСР) в условиях природной среды, ПСР в условиях чрезвычайной ситуации техногенного характера и ПСР на акватории. Соревнования по пятиборью спасателей являются серьезным стимулом в развитии спасательного мастерства студентов, удовлетворения престижных устремлений участников, школой обмена опытом, стимулом для профессионального роста, местом получения информации о новинках в выполнении аварийно-спасательных работ и т.д.

Другим важным аспектом работы ВСПСО «SOS» является участие студентов в обеспечении общественного порядка. Членов отряда привлекают в качестве волонтеров для обеспечения безопасности мероприятий различного уровня в масштабе вуза, города и края. Данный аспект работы требует специального обучения членов отряда. Оно складывается из нескольких блоков.

В учебном плане по направлению подготовки «Педагогическое образование», направленность (профиль) «Безопасность жизнедеятельности», которое с введением бакалавриата пришло на смену специальности «Безопасность жизнедеятельности», предусмотрен предмет «Опасные ситуации социального характера и защита от них». Данная дисциплина изучается на 2-м и 3-м курсе в объеме 504 часа. Его содержательная часть включает освоение таких компетенций, как ОК-9 – способность использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, ОПК-6 – готовность к обеспечению охраны жизни и здоровья обучающихся, ПК-8 – способность проектировать образовательные программы. Для формирования данных компетенций предусмотрено изучение 14 разделов, включающих 36 тем. В раздел «Национальные приоритеты государства. Опасности в сфере социально-политических и экономических отношений» входит тема «Терроризм и его проявления. Экстремизм в политике и молодежной среде». Объем данного материала составляет 20 часов, что на современном сложном этапе развития общества явно недостаточно.

В связи с вышесказанным в вариативную часть учебного плана нами включен предмет «Противодействие терроризму». Он имеет объем 72 часа и изучается на 4-м курсе. Освоение данной дисциплины предусматривает следующие темы: классификация современного терроризма, виды террористических актов, система противодействия терроризму, основные направления антитеррористических мероприятий, действия населения при угрозе и возникновении террористических актов и др. Объем дисциплины и содержательная часть предмета позволяют студентам получить знания, умения и навыки, необходимые в профессиональной деятельности будущего учителя основ безопасности жизнедеятельности.

Однако участие студентов ВСПСО «SOS» в качестве волонтеров в обеспечении безопасности спортивно-массовых мероприятий, в частности антитеррористической защищенности участников соревнований и зрителей, требует от них более широкого арсенала действий для обеспечения гарантированной безопасности в стандартных, сложных и экстремальных условиях деятельности на крупных спортивно-массовых мероприятиях. Для этого нами был разработан курс антитеррористической подготовки волонтеров, позволяющий им получить знания, умения и навыки, направленные на пресечение и раскрытие террористических актов, минимизации их последствий и защиту участников соревнований и зрителей, формирование умений правильно ориентироваться и действовать в чрезвычайных ситуациях, освоение правил и порядка поведения и действий при угрозе и во время проведения терактов, формирование психологической готовности действовать в условиях чрезвычайных ситуаций и при ликвидации их последствий.

Внедрение курса антитеррористической подготовки волонтеров позволяет сформировать у них широкий арсенал действий для обеспечения гарантированной безопасности участников соревнований, зрителей и сотрудников в стандартных, сложных и экстремальных условиях, в частности при угрозе или во время проведения террористического акта на спортивно-массовых мероприятиях.

#### **Литература:**

1. <https://www.topcrop.ru/sport/samye-prestizhnye-sportivnye-sobytiya-v-mire.html>
2. <https://360tv.ru/news/sport/sportivnyj-otvet-na-politiku>
3. <https://nsportal.ru/user/130511/page/v4-antiterroristicheskie-meropriyatiya-v-uchrezhdenii>
4. Роль волонтерства в социальной жизни общества / В.Е. Ефремова, Н.В. Костюкова, Е.А. Еремина, А.М. Банников // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере: Материалы Международной научно-практической конференции Олимпийской академии Юга. – 2017. – С. 30-34.
5. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329-ФЗ.

## ДУХОВНЫЙ КРИЗИС СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА И ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИЙ В СПОРТЕ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ

Л.Г. Битарова, В.Д. Максименко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Духовный кризис современного общества затронул все сферы общественной деятельности. Спорт высших достижений под влиянием политических сил стал ареной разногласий международных спортивных организаций, федераций, ведущих спортсменов. Причины духовного кризиса проявляются в спорте высших достижений. Возможные пути преодоления противоречий авторы видят в формировании мотиваций спортсменов.*

***Ключевые слова:** духовный кризис, мотивации спортсменов, спорт высших достижений, ценностные ориентации, индивидуальная свобода, коллективная ответственность в спорте.*

На протяжении XX века духовный кризис общества становится предметом обсуждения философов, социологов, психологов. К. Ясперс отмечает, что, исследуя жизненные установки, «мы привыкли оценивать духовную ситуацию времени, будто она одна». Но единых условий для людей одного времени не существует. В современности, как целостности, отдельный человек занимает место, которое определено координатами: факт моего существования, мир – целое, я – его элемент или модификация. Каждый по своему воспринимает значительные события своей эпохи, в силу жизненных обстоятельств разрывает связи данной системы и неосознанно нарушает данное равновесие [1].

Причины духовного кризиса, по мнению представителя «гуманистического психоанализа» Э. Фромма, состоят в том, что человек стремится к неограниченному удовлетворению всех желаний, а это не способствует благоденствию людей. Во всех сферах общественной жизни мы стали винтиками системы бюрократической машины. Это приводит к выхолащиванию духовности, менталитета, так как нашими мыслями, чувствами, вкусами манипулируют правительства, индустрия и находящиеся под их контролем средства массовой информации. Сверхчеловек, наделенный силой, еще не поднялся до уровня возможностей собственного разума. Человек в большинстве случаев недостаточно созрел, чтобы быть независимым разумным, объективным. Он не в силах осознать, что реализует себя, исходя из собственных возможностей, мотивов поведения и потребностей. Спорт высших достижений становится ареной конфронтаций международных организаций и политических сил. Сверхчеловек-спортсмен находится перед

выбором активно развивающейся фармакологии и спортивной медицины: принимать или не принимать допинг. Иногда он является заложником крупных экономических корпораций и политических сил, действуя по утилитарной схеме: «Цель оправдывает средства».

Анализ причин духовного кризиса современного общества для определения мотивационных составляющих спорта высших достижений – цель данной статьи.

Объект исследования: причины духовного кризиса современности и формирование мотиваций в спорте высших достижений.

Духовный кризис – прежде всего отражение общего духовного состояния общества. Согласно Н. Гартману, сюда можно отнести язык, производство и технику, господствующие нравы, действующее право. Они как раз и способствуют формированию ценностей, морали, традиционных форм воспитания и образования [2]. Под влиянием ценностных императивов и моральных норм в обществе развивается доминирующий тип взглядов и настроений, задающий тон направлениям искусства и художественного самовыражения, создается мода и формы мировоззрения (религиозная, мифологическая, философская, научная). Ф. Ницше в начале XX века определил, что «бог умер», следовательно, человек лишен социальных опор. Он должен сам придать смысл своей жизни, а не получить его от какой-либо высшей силы. Люди, утратившие божественную опору, ищут спасение в идолах, мифах современного прагматичного общества. Человек преклоняется перед властью, деньгами, суверенным государством, национальными интересами, облаченными «двойными стандартами»: выгодно то, что приносит пользу. На словах человечество отдает должное учениям великих духовных вождей – Сократа, Будды, Иисуса, Магомета, но эти учения превратились в клубок суеверий, идолопоклонства и фанатизма. Идея «сверхчеловека» захлестнула современное общество и посредственная личность готова претендовать на этот статус [3].

Если следовать Э. Фромму, в обществе назрел конфликт между преждевременной интеллектуально-духовной зрелостью и эмоциональным, а также физическим несовершенством. Как выразитель радикально-гуманистического психоанализа Э. Фромм сконцентрировал свое внимание на анализе эгоизма и альтруизма, свойственного современному человеку. В эпоху замены человеческого разума электронной техникой, по мнению философа, мужчины и в большей степени эмансипированные женщины испытывают новое чувство свободы, становятся хозяевами собственной жизни [4]. Неограниченное удовлетворение всех желаний не способствует благоденствию, оно не может стать путем к счастью. Наша совесть должна пробудиться от осознания того, что, чем больше мы превращаемся в сверхлюдей, тем бесчеловечнее становимся. В общественном сознании формируются два посыла в виде радикального гедонизма и эгоцентризма, основанного на себялюбии и алчности. Дуализм человеческого существования становится основой современного психологического общества. Максимальное

наслаждение в смысле радикального гедонизма – цель жизни многих людей. Философы гедонистических учений – Аристипп, Эпикур вовсе не утверждали, что фактическое существование желаний, мотивов поведения создает некую этическую норму. Важным элементом их учения является то, что они поставили вопрос о различии между субъективно ощущаемыми потребностями, мотивациями и объективными, реально существующими. Некоторые установки из первого рода потребностей негативно влияют на развитие человека, вторые же находятся в соответствии с требованиями человека. Экзистенциальная проблема свободы становится основной темой искусства XX века. Романы Е. Замятина «Мы» и О. Хаксли «О дивный новый мир», произведения М. Булгакова, Г. Гессе, В. Набокова, Г. Маркеса, А. Платонова с полной остротой ставят проблему внутренней свободы человека. Выяснилось, что освобождение большинства населения от социального и духовного гнета не решает проблемы свободы в обществе [5].

Преодоление противоречий двойственной природы человеческого существования возможно в спорте, где высокие результаты спортсменов тесно связаны с мотивационной средой. Спорт высших достижений, как социально-обусловленная сфера деятельности, характеризуется тем, что отличные результаты международного класса соревнований становятся достоянием сильных, упорных и талантливых спортсменов. На их подготовку затрачиваются значительные материальные средства, используются новейшие достижения науки и техники, модернизируется и усложняется тренировочный процесс. В спорте реализуется и преодолевается дуалистическая природа потребностей, мотивации поведения спортсменов основаны на сочетании личных и общественных интересов. Спортивные соревнования включаются в международные отношения и становятся, к сожалению, ареной сражения различных политических сил, международных спортивных организаций и даже крупных транснациональных корпораций. Только спортсмены, мотивированные на успех, в этом противоборстве выйдут победителями. Цель тренировок в спорте высших достижений – победы в самых крупных соревнованиях и успешная спортивная карьера. Поэтому результативность обеспечивается за счет постоянного увеличения физических, нервно-психических нагрузок, достигающих максимально возможного предела. Подготовка к соревнованиям международного уровня осуществляется с учетом новейших разработок в сфере смежных наук: методики спортивной тренировки, физиологии, фармакологии, психологии. Отсюда главная задача спортсмена – быть в курсе инновационных исследований, уметь генерировать идеи и правильно планировать свой тренировочный процесс. Мотивации в спорте становятся главным стимулом формирования нравственной образованной личности спортсмена. Мотивации в спорте влияют на результативность спортсменов, приводя к полной самоотдаче его физических и духовных сил. Гармоничное совершенствование физического и духовного потенциала, нацеленность на положительный результат способствуют обретению

внутренней свободы, так как стремление к победе можно ожидать лишь у мотивированного спортсмена.

Основатель современных Олимпийских игр Пьер де Кубертэн еще в начале прошлого века ввел понятие «психология спорта высших достижений». В 30-40-е гг. XX века исследования в этой области начались в СССР (А.Ц. Пуни, П.А. Рудик). В 50-60-е годы комплексные исследования в данной сфере начались по всему миру. Изучаются проблемы специфики мотивационных составляющих в спорте (Ж. Риу – Франция), психомоторные механизмы спортивной деятельности (Г. Ридер – ФРГ), наличие стресса в спорте (Р. Сингер – США), поведение спортсменов в экстремальных ситуациях (Г. Шиллинг – Швейцария), психические регуляции в спорте (М. Яффи - Англия).

Спорт высших достижений, в отличие от массового, характеризуется тем, что победы становятся практически единственной целью соревнований. В массовом спорте зачастую выступления в соревнованиях проводятся ради самого факта участия, удовольствия померяться силами со сверстниками, желания поучаствовать в марафонах, объединенных общей идеей. Спортсмен высокого класса, выступая в малозначимых соревнованиях, должен подтверждать репутацию мастера. В массовом спорте перерыв между соревнованиями заполнен трудовой деятельностью и физической активностью, у спортсменов высокого класса свободное время будет анализом минувшего соревнования и подготовкой к следующему. Спортивный рекорд – это путь совершенствования физических и моральных сил спортсмена. Но он становится и ценностным ориентиром его жизненных нравственных установок. Спортивные результаты получают признание общества, повышают не столько собственную самооценку, сколько престиж команды, федерации, вида спорта. Имя великого спортсмена становится частью имиджа страны, малой родины, где он родился, своей семьи. Патриотические настроения призывают спортсмена отстаивать честь страны, выступать только под собственным флагом, а на пьедестале слышать гимн своей Родины. И чем больше препятствий встречается на пути реализации его цели к победе, тем сильнее мотивация к оправданию надежд болельщиков [6].

Массовый спорт формирует ценности иного порядка: стремление к здоровому образу жизни, вовлечение населения в сезонные виды спорта, популяризация малоизвестных видов спорта. Федеральные и муниципальные программы развития массового спорта нацеливают на мотивацию общественной значимости: быть лучшим в городе, крае, согласно своей возрастной группе. Чемпионы мира, участники и призеры Олимпийских игр, проживающие в крае, выступают медийными лицами такого рода соревнований. Они являются организаторами волонтерского движения, вовлекаются в процессы благотворительности и спонсорства, что несомненно, повышает их репутацию и имидж, становятся носителями субъектов политики федеральных и муниципальных органов власти [7].

Как показывает практика современных крупных международных соревнований последних лет, возросло качество и мастерство спортсменов,

ориентированных на успех. Если 20 лет назад рекорд мог продержаться несколько лет и уровень подготовки спортсменов значительно отличался, то теперь спортсмены к соревнованиям подходят приблизительно с одинаковым высоким уровнем физической подготовленности. Не следует забывать и о возросшей коллективной корпоративной ответственности, когда от поведения спортсмена зависит судьба команды, федерации спорта. Серия скандалов последних лет – обвинения наших спортсменов в приеме допинговых препаратов, принцип коллективной ответственности стали поводом для исключения ряда спортсменов из крупных международных соревнований, а федерацию легкой атлетики и сборную наших паралимпийцев отстранили от участия в Олимпийских и Паралимпийских играх [8]. Многие именитые российские спортсмены через международные судебные процессы сняли с себя обвинения, но чиновники от спорта и СМИ не спешат с восстановлением их доброго имени.

Вывод. Духовный кризис современности распространился на сферу спортивной деятельности. Мотивационные составляющие в спорте – это залог успеха спортсменов в достижении высоких результатов, возможность преодоления психологической и духовной дисгармонии. Мотивации успешности, желание стать частью бренда и имиджа страны, идентификация себя с элитой общества не только в спорте, но и в применении новых инновационных технологий, перспективы участия в социальных проектах характеризуют спортсменов высокой квалификации. Стремление к достижению отличных результатов повышает социальную, коллективную и личную ответственность спортсменов, многие из них стали легендарными символами для подрастающего поколения, примерами патриотического воспитания молодежи.

#### **Литература:**

1. Ясперс К. Духовная ситуация времени // Смысл и назначение истории. - М., 1991. – С. 302.
2. Гартман Н. Эстетика. – М.: Ника-центр, 2004. – 640 с.
3. Ницше Ф. Мужчина и женщина. – М.: АСТ, 1998. – 512 с.
4. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя.- М.: АСТ, 2006 – 571с.
5. Битарова Л. Экзистенциальное осмысление человека в системе массовой культуры / Л. Битарова, Ю. Бич // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Интегрированные коммуникации в спорте и туризма: образование, тенденции, международный опыт. Часть 1. – Краснодар, 19 апреля 2018 г. – С. 86.
6. Матвеев Л.П. Теория и методика физической культуры. – М.: Физкультура и спорт, 2008. – 544 с.
7. Битарова Л.Г. Философская концепция здорового образа жизни как приоритетное направление социального развития субъектов политики Краснодарского края / Л.Г. Битарова, А.С. Тришин // Актуальные вопросы физической культуры и спорта. – 2013. – Т. 15. – С. 100-107.
8. Правовое регулирование борьбы с допингом на международном и национальном уровнях / Т.А. Самсоненко, С.Д. Багдасарян, С.В. Петрова, А.В. Сидорова // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 4. – С. 133-138.

## ПРОБЛЕМЫ ДЕСОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Л.Г. Битарова, Д.А. Осина

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье рассматриваются сущность и причины десоциализации личности в современном обществе, степени ее проявления, возможные последствия влияния данного процесса на дальнейшее развитие общества в условиях нарастания востребованности IT-технологий.*

***Ключевые слова:** образование, личность, социализация, десоциализация, IT-технологии, общество, культура, современная культура, виртуальная реальность, Интернет.*

Информационные технологии активно внедрились в массовые коммуникации и ускорили процесс интенсификации общественной жизни. Изменения общественного строя, социально-экономической системы, мировоззрения современного человека, а также смещение приоритетов и ценностей неизбежно приводят к тому, что обществом активно овладевают средства массовой информации. В массовом общении действуют свои манипулятивные правила и приемы. Толпа реагирует на призывы и обещания быстрого, радикального улучшения жизни, отсюда в информационном пространстве формируются опасные тенденции нашего времени – агрессивный национализм и воинствующий космополитизм. Агрессивно-националистическая истерия заполонила Интернет и создает образ врага в интересах отдельных политиков и государств. Воинствующий космополитизм приводит к отрицанию культурного, политического, экономического, исторического, этнического, языкового многообразия. Человек теряет свою уникальность, становится частью толпы, в общественном сознании формируется психология потребителей. Человек-масса, по мнению Ортега-и-Гассета, не признает никаких духовных авторитетов, кроме своих собственных. Он не стремится к самоусовершенствованию, плывет по течению и становится удобным объектом для всякого рода информационного воздействия [1]. Учитывая тот факт, что современное общество захлестнула волна жестокого насилия, наблюдается рост немотивированной агрессии, особенно среди молодежи, что приводит к информационным перегрузкам личности. Актуальность рассмотрения вопроса о причинах десоциализации как общества в целом, так и индивидов в частности в современном информационном пространстве особенно значима.

Объектом исследования выступают проблемы десоциализации личности в современном информационном обществе.

Необходимо признать наличие такого сформированного СМИ феномена в общественном сознании, как «десоциализация личности». Содержание понятия «десоциализации личности» исходит из того, что термин пришел из двух иностранных языков, а именно: от латинского *de*, что в переводе означает устранение, отсутствие чего-либо, и французского *socialisation*. Это означает потерю индивидом по тем или иным причинам социального опыта, которая в значительной степени отражается на его жизнедеятельности и возможности к самореализации в социальной среде. Верно будет утверждать, что десоциализация может иметь различные степени своего проявления и в зависимости от этого по-разному влиять на поведение индивида и его самоощущение в социальной жизни. Причины данного процесса могут быть совершенно разными и иметь биосоциальный характер. Это может быть психическое расстройство, длительная болезнь, нервное напряжение и так далее.

Современными исследователями установлена также особо актуальная и важная причина формирования такого процесса – это чрезмерное использование современных информационных технологий. Русские философы конца XIX – начала XX веков, опираясь на собственный провиденциализм, выступали против любого прогресса, в том числе и научно-технического. Николай Бердяев персонифицировал творческую личность, свободную от любой системы и нацеленную на добро. Научное познание полезно, так как способствует созданию общения между людьми, но усиливает процесс дегуманизации человека. Целями человеческого существования выступают не духовно-нравственные приоритеты, а научно-технические достижения. Данный процесс, по мнению философа, зашел настолько далеко, что уже невозможно назвать человека человеком, что приведет к серьезным социальным потрясениям. Владимир Соловьев также с горечью отмечал, что человек, увлеченный прогрессом техники, все больше отходит от понимания духовных основ жизни, что приводит к нигилизму, уничтожению нравственности [2]. Русские философы, исследуя экзистенциальные проблемы поиска добра и зла, определили дуалистический характер существования человека в мире техники и научных достижений.

Действительно, при рассмотрении проблемы десоциализации в современном обществе можно говорить о наличии достаточно «плодородной почвы», которая способствует не только глобальному росту деструктивных процессов, но и в значительной степени увеличению процента деградации современного общества. Следует отметить, что вся «настоящая» жизнь современного человека сосредоточена в смартфонах, планшетах, персональных компьютерах и других технических средствах. Рассматривая отрицательное влияние IT-технологий на развитие личности, нужно отметить понижение уровня IQ индивида, показателей развития личности. Все это приводит к таким процессам, как: отсутствие способности к самореализации, потеря возможности конструктивно мыслить, ясно и связно доносить эти мысли до оппонента; усиление снижения внимания, памяти и потери интереса к

значимым культурно-массовым мероприятиям; памятным историческим событиям, что в целом снижает уровень образованности и культуры современного населения.

Учитывая то, что современные технические устройства предусматривают быстрый доступ из любой точки Земли к сети Интернет, содержащей всю необходимую информацию, снижается потребность в межличностном контакте между людьми, в частности это касается молодежной среды – как правило, это люди подросткового возраста (от 12 до 20 лет). Именно в этих возрастных рамках происходит социальное формирование человека, выработка социальных навыков, личностного становления, а также установление межкоммуникационных связей, что способствует процессу успешной социализации и развития полноценной личности, полезной для общества. Именно данная категория населения подвержена деструктивному влиянию многих средств массовой информации. Об этом свидетельствует ряд проведенных исследований в КГУФКСТ на протяжении нескольких лет. Самым популярным видом СМИ остается Интернет (примерно 95% пользователей). Социальные сети, к примеру «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook» и другие, реализуют главные цели – общение (84%), поиск различной информации, скачивание новостей (65%). Среди молодого населения (в возрасте от 18 до 24 лет) процентное соотношение ежедневного выхода в Интернет и использование технических средств составляет 97%. Также данная возрастная категория по результатам опроса проводит в Интернете более 4 часов в сутки [3].

Если рассматривать другую возрастную категорию – от 25 до 35 лет, то люди, попадающие в эти возрастные критерии, уже личностно сформированы, имеют первичные социальные навыки и меньше подвержены деструктивному влиянию IT-технологий и глобальной сети Интернет. Несмотря на то что использование современных электронных приборов является основной частью (порядка 90%) рабочей деятельности трудоспособного населения, это приводит к созданию и популяризации специфических профессий, связанных с работой в сети (SMM-менеджеры, блогеры и так далее). РФ занимает первое место в Европе по показателям использования глобальной сети Интернет – это 90 млн. человек (при численности населения Российской Федерации на 01.01.2018 146,9 млн. человек), что составляет больше 80% населения страны. Опираясь на социальный опрос, проведенный Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), можно привести следующие данные: доля интернет-пользователей в России – 81% граждан; из них 65% граждан страны выходят в глобальную сеть ежедневно [4]. В целом, по оценке всемирных организаций контроля над СМИ, культ силы, агрессии, нравственной вседозволенности способствуют развитию девиантных и делинквентных форм поведения молодежи.

В завершение вышеизложенного необходимо отметить, что развитие современных технологий имеет как положительные, так и отрицательные стороны влияния на население. Положительными критериями оценки информационного общества являются:

- быстрый доступ к необходимой информации;
- получение достоверной информации (вследствие чего можно повысить показатели снижения ошибок в совершаемой деятельности индивида);
- скорость передачи необходимой информации;
- отсутствие необходимости лишних передвижений (можно совершать операции не выходя из дома/офиса, что приводит к экономии времени, которое затрачивалось бы на дорогу);
- обширный доступ к реализации возможности самообразования (наличие в Интернете различных курсов повышения квалификации, курсов иностранных языков и так далее);
- повышение возможности получения образования за рубежом. Сейчас необходимую информацию об интересующем образовательном учреждении можно найти в глобальной сети (еще 20 лет назад этот процесс являлся довольно затруднительным и трудоемким). Есть возможность коммуникации с приемной комиссией через Интернет в режиме реального времени, получение ответов на волнующие вопросы; возможность подачи документов в электронном виде.

К отрицательным моментам повседневного непрерывного использования ИТ-технологий и средств массовой коммуникации можно отнести:

- конфликт между обыденной реальностью и виртуальной. Попытка разрешения трудных и неоднозначных жизненных ситуаций приводит личность к уходу в виртуальную реальность. Все это не способствует решению проблем, а приводит к эффекту их «накопления» и «усугубления»;
- Интернет сегодня представляет собой не столько информационную сеть, сколько крупную обособленную общность людей, проявление большого влияния которой можно проследить на людях подросткового возраста. Посредством сети Интернет возможна вербовка людей в ряды сомнительных или противозаконных организаций (террористические группировки, религиозные секты, клубы, пропагандирующие сексуальные извращения, и т.д.);
- появление интернет-зависимости, которая негативно отражается не только на психическом, но и на физическом здоровье индивида;
- использование современных информационных технологий во время дорожного движения, что в свою очередь может привести к снижению внимания людей, повышению количества опасных ситуаций, летальному исходу неограниченного количества людей.

### **Литература:**

1. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. – М.: «АСТ», 2019. – 256 с.
2. Русская философия. Энциклопедия. – М.: «Книговек», 2014. – 832 с.
3. Битарова Л.Г. Информационное воздействие СМИ на формирование ценностных ориентаций студентов вузов физической культуры и спорта на примере КГУФКСТ / Л.Г. Битарова, О.Н. Мальченко, А.В. Леонтьева, И.В. Рубежанская // Физическая культура, спорт, наука и практика. – 2010. – № 4. – С. 32-38.
4. Кузьмина К.Е. Особенности социализации личности в современном мире / К.Е. Кузьмина // Личность в пространстве и времени. – 2015. – №5. – С. 131-137.

**ПОВСЕДНЕВНАЯ И ПРАЗДНИЧНАЯ ВЕНЕЦИЯ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ  
ЕЕ ХУДОЖНИКОВ  
(ТЬЕПОЛО, П. ЛОНГИ, КАНАЛЕТТО И ФР. ГВАРДИ)**

**Ю.Г. Бич, Т.А. Михайлова**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье анализируются особенности города-государства, города-мечты в историческом, социальном, эстетическом контексте. Эти особенности нашли отражение в творчестве венецианских художников XVIII века. В их полотнах запечатлены черты праздничной и повседневной Венеции. Маскарады, карнавалы, атмосфера роскоши и наслаждения жизнью вошли в плоть и кровь венецианцев. Все это привлекает путешественников и туристов вплоть до наших дней в этот удивительный сказочный мир каналов и мостов.*

***Ключевые слова:** Венеция, город-сказка, изобразительное искусство, бучченторо, праздники, повседневность, Пульчинелла, авантюризм, ридотто, баута, Каналетто, Лонги, Тьеполо, Гварди.*

В настоящее время Венеция стала настоящей туристической Меккой. Город-мечта, игрушка человечества, душа Адриатики – все это ее эпитеты. Город уникален с точки зрения истории, культуры, архитектуры и изобразительного искусства. Призрачно очарование Венеции.

В своей работе мы ставим целью рассмотреть особенности творчества нескольких венецианских художников XVIII века и определить, как в нем отразились быт и праздники горожан.

История создания Венеции почти легендарна. Считается, что в шестом веке племя венетов бежало на зыбкие острова лагуны, спасаясь от нашествия лангобардов. От их названия и произошло название города – Венеция.

Можно отметить несколько особенностей в жизни Венеции, которые нашли отражение в развитии культуры и искусства.

*Во-первых*, в течение всей своей истории Венецианская республика стремилась избежать сосредоточения власти в руках одного человека. Дож принимал на себя функции высшей должности, но при этом его деятельность была под контролем различных категорий советников. Не случайно в городе расцвели маскарады, о чем речь пойдет ниже.

*Во-вторых*, необычайная восприимчивость и толерантность республики к иным культурам и ценностям. Венеция торгует со всеми, с кем только можно.

Открытая всем ветрам и народам, она не замыкается, как Рим, в скорлупу классической латинской культуры, не объявляет все другие народы «варварами». Ее прельщает своей красочностью сказочная архитектура мусульманского Востока, и утонченная культура дряхлеющей Византии, и яркая поздняя готика Милана и Германии.

*В-третьих*, главным своим делом Венецианская республика считает торговлю, которая может дать средства для роскоши ее граждан. На искусство сильно повлиял культ роскоши. «Любовь к наслаждениям дошла у венецианцев до такой степени, что они желали бы превратить всю землю в сад радости», – писал немецкий путешественник [1].

Отсюда и отличие живописной манеры многих венецианских художников.

Если величайшие мастера Рима и Флоренции являлись истинными наследниками великой античной культуры, ее логического построения, то в отличие от них художники Венеции более чувственно и непосредственно воспринимали мир. Они наполняли свои полотна глубокой внутренней музыкальностью. Колорит их полотен бурлит, пенится и играет... Их творчество очень эмоционально.

Л.Д. Любимов рассуждает, что, пробудившись от сна средневековья, ощутив в себе великую силу молодости, Венеция увидела, что она красавица, и восхитилась своей сияющей красотой. Когда наступило благодатное время Ренессанса, Венеция пожелала оставить яркое впечатление о себе, как об уголке счастья, радости и наслаждения.

Из этого желания и выросла венецианская живопись, которая обрела величие и славу.

Она сумела изобразить свою царственную женственность. Красочная декоративность и праздничность характерны для живописи таких венецианских мастеров, как Джорджоне, Тициан, Веронезе, Тинторетто. Они озарили лучами славы вторую половину кватроченто. Однако нас интересует другое время – век XVIII.

Эпоха Возрождения хоть и хороша, но слишком далека от нас. Она живет музейной и книжной жизнью. Другое дело галантный век «осемнадцатый», который незаметно сохранился в традициях, привычках и бытовых мелочах.

Трудно избежать очарования Венеции XVIII века, которая была второй столицей Европы после Парижа и делила с ним всех знаменитостей сцены, искусства и любви, всех знатных путешественников и авантюристов, всех необычных людей, тонких ценителей жизни.

Культура и искусство Венеции были необычайно музыкальны. Достаточно сказать, что в это время там творил сам Вивальди!

Если Рим превратился в город-музей, то Венеция жила весело и вольготно – Венецианская республика сумела избежать испанского ига, хотя начисто утратила господство на Средиземном море.

Больше Венецию не отвлекали «серьезные дела», и она могла веселиться вволю. Она стала городом-театром, городом-праздником, городом-декорацией.

Гоцци и Гольдони – мастера знаменитой итальянской комедии, выросшей из маскарардов, – соперничали на сценах венецианских театров. Тут впервые появились «Любовь к трем апельсинам», «Король-олень», «Турандот» и «Хозяйка гостиницы», те постановки, которые до сих пор приносят радость нашим современникам в XXI веке.

Всю эту безудержную в своем жизнелюбии вакханалию радости и запечатлели художники на своих полотнах.

Среди таких художников блистали отец и сын Тьеполо.

Старший Джованни Баттиста (Джанбаттиста) Тьеполо (1696–1770). Он родился в Венеции, работал и в Германии, и в Мадриде, где делал росписи для королевского дворца. Предположительно в усадьбе «Архангельское» создал фрески «Пир Клеопатры» и «Встреча Клеопатры и Антония».

Многие считают внешним и театральным. Его даже называют Веронезе XVIII века. Одно из чудесных произведений Тьеполо — росписи Большого зала палаццо Лабиа в Венеции (1745–1748 гг.). Фрески повествуют о встрече древнеримского полководца Марка Антония и египетской царицы Клеопатры, его будущей жены.

Мастер стремится не столько показать историческое событие, сколько создать ощущение праздника. Небо он сделал главным «героем» композиции, головокружительно легко превратив потолок в небеса, а стены в театральные подмости.

Тщеславие Венеции всегда поражало путешественников. Ходили легенды, что во время умопомрачительных пиров в палаццо Лабиа развеселившиеся гости выкидывали в окна золотую и серебряную посуду, на веки вечные тонувшую в каналах.

Это реальная картина венецианской жизни, символом которой стала египетская царица Клеопатра, эта великая декадентка эллинистического мира, ослеплявшая своей роскошью незамысловатых римлян. Подобно Клеопатре, изумившей Антония, растворив в чаше с уксусом прекраснейшую в мире жемчужину, Венеция поражала европейцев своими пышными регатами и процессиями.

Все творчество Тьеполо-старшего доказывает, что для Венеции искусство – это величие самого замечательного города в мире.

Иной след оставил в истории искусства его сын – художник Джованни Доменико Тьеполо (или Джандоменико Тьеполо) (1727–1804). Долгое время он считался лишь интерпретатором отца. Но затем нашел свой стиль. Он известен как автор интересных бытовых сцен народной жизни.

Он расписал семейную виллу в Дзианиго (1791–1793) в своей новой манере. Создал вертикальные по форме панно зала Пульчинелл – «Будка акробатов», «Влюбленный Пульчинелла». А плафон «Качели Пульчинеллы» выглядит как пародия на сцены рококо. Художник оставил нам замечательную серию рисунков, изображая быт при помощи фигур итальянской *Commedia dell'arte*, в частности ветреного Пульчинеллы.

У Джандоменико Пульчинелла полный гротеска образ, несущий в себе социальный смысл. В этом сатирическом образе сочетались черты, присущие деревенскому обжоре и увальню – простодушие и придурковатость, а также ловкость и сметливость горожанина-простолоудина. Наряду с Арлекином этот горбун, переехавший из деревни в город, одна из самых популярных народных

масок [2]. Его образ близок французскому Полишинелю и русскому Петрушке.

У Тьеполо-младшего фрагменты патрицианского быта и забавные уличные сценки изображены с большой долей иронии.

Давайте присмотримся к бытовым сценам на картинах Тьеполо-младшего. На картине «Зубодер» запечатлена повседневная городская сцена, в которой мы видим дантиста, предлагающего свои услуги прямо на улицах города. Над его головой развевается нечто, похожее на хоругви с изображением его деятельности, что сегодня назвали бы рекламой.

И вот уже выстроилась очередь зевак. Над всей толпой фигура главного персонажа. Какая яркая, непосредственная в своей онтологии (бытийности) картина – здесь смешались представители разных сословий, мужчины, женщины, под ногами вертятся собаки, снуют любопытные зевачи.

Театральность действия очевидна, что еще более подчеркивается фигурами в масках – непременной атрибутикой венецианской жизни.

Еще одна работа Тьеполо – «Сцена карнавала, или Менуэт» хранится в Лувре. Здесь мы встречаем тех же персонажей, но уже в безудержном веселье и танце. И снова фигура Пульчинеллы в центре толпы.

Какова же роль маски в жизни Венеции?

Дело в том, что в Венеции XVIII века маска была почти что государственным учреждением, одним из последних созданий этого уходящего с исторической сцены государства. С первого воскресенья октября до Рождества, с 6 января до начала поста, в день святого Марка, праздник Вознесения, в день выборов дожа были открыты все театры и каждому венецианцу позволялось носить маску. Этот карнавал продолжался полгода. Карнавал дает чувство максимального раскрепощения, свободы. В нем нарушаются все нормы и правила принятого в обществе поведения. В маске можно на многое осмелиться, всюду войти, всякое наговорить, т.к. разрешенная маска находится под покровительством Республики. Никаких званий и преград. Целый город с полутора-двумя миллионами населения охвачен прекрасным сумасбродством.

Еще один искусствоведческий момент, тесно связанный с историей путешествий и туризма. Венеция – родина классической итальянской ведуты, городского пейзажа. В музеях многих стран мира (в том числе и в Москве) можно видеть замечательные картины этого жанра – работы Антонио Канале, прозванного Каналетто.

Он родился в Венеции 18 октября 1697 года и вначале трудился у отца в мастерской. В возрасте 22 лет отправился в Рим, где познакомился с известным в Голландии жанром ведуты.

По возвращении в Венецию (ок. 1720), Канале стал работать независимо, часто на натуре (что в то время было необычно). Он рисовал карандашом и помечал соответствующие цвета. Довольно быстро дела его пошли в гору, и он прославился.

Каналетто вдохновенно писал виды Венеции, ее каналы, лагуны и дворцы, праздничную и веселую толпу с бережной точностью. В конце своего творческого периода он стал использовать техническое новшество того времени – камеру-обскура – ящик с отверстием в одной из стенок. На другой стенке благодаря системе линз создавалось уменьшенное цветное изображение. Камера явилась своего рода прототипом фотографического объектива.

С нашествием Наполеона чудесный город как бы погружается в глубокий летаргический сон, он еще не умер, но уже и не живет полнокровной жизнью. И в искусстве Каналетто, людей привлекает прежде всего желание сконструировать город Золотого века, одновременно утопический и реальный. В нем является миру рационализм Просвещения, того Просвещения, которое характеризует век восемнадцатый, наряду с венецианским безудержным весельем начала столетия. «Венецианский рационализм» оказался более мягким и человечным, чем его французский тезка. Тонкая игра венецианского ума сумела превратить законы Ньютона в чтение для дам [3]. Из-за терпимости и ироничности венецианцев поклонение Разуму никогда не могло сделаться здесь культом, требующим кровавых жертв, как в революционной Франции.

Ведуты Каналетто, наполненные духом эпохи Просвещения, умиротворяюще спокойны и иногда даже кажутся скучными, но необычайно документальны.

Интересны работы Каналетто, фиксирующие пышные праздники, коих отмечалось на воде немало и история которых порой уходит в глубину веков. Например «Возвращение Бучинторо...» (из серии «Празднества дождей», ок. 1730 г.). Торжество проводилось ежегодно в день Вознесения в честь победы дожа Пьера II над пиратами в 998 году, после которой Венеция стала хозяйкой Адриатики.

Уже в XIII веке дож лишился многих своих полномочий. Дожа обязали носить маску, чтобы он не был узнан в городе для дачи взятки.

Всю власть держал в своих руках Большой совет, где заседали представители старинных аристократических семей Венеции. Тех дождей, кто пытался захватить власть в республике, беспощадно казнили на лобном месте на Пьяццетте между колоннами.

Но, тем не менее, титулы у дожа оставались пышными, костюмы великолепными, формально он был избранником народа и являлся своему народу в отороченной горностаем пурпурной мантии, в красных сапогах и вплоть до XIV века – в золотой короне. Все его действия обставлялись роскошными церемониалами. У дожа была личная двадцативесельная галера «буцентавр» (или «бучинторо»).

В день Вознесения Пьяццетта и все смотровые площадки были забиты ликующей толпой. Дожд садился в буцентавр и под грохот пушек в сопровождении барок и гондол отплывал к каналу в песчаной косе Лидо.

Буцентавр, как мы видим на полотнах Канале, являл собой великолепное зрелище. Декорирован пурпуром, лепниной, позолотой. У входа в канал по старинной традиции совершался обряд – со словами «Мы обручаемся с тобой, о

море, чтобы вечно владеть тобой!» дож бросал в воду лагуны золотое кольцо. Тем самым на века скреплялся союз Венеции с морем.

Другой последователь Каналетто – Франческо Гварди (1712–1793) пошел значительно дальше учителя. Изящные ведуты Каналетто кажутся суховатыми рядом с поэтическими пейзажами настроения Гварди.

Гварди тоже родился в семье художника, писал образы для церквей, полотна на историческую тематику. Но однажды он обращается к ведуте и каприччо (итал. «саргиссио», буквально «каприз»). Гварди подхватил знамя Каналетто.

Но передавая общее впечатление, а не детали Гварди работал свободными и смелыми мазками и в этом, по нашему мнению, неуловимым образом предвосхитил творчество импрессионистов.

Сравним картины двух мастеров: «Площадь Сан Марко» Каналетто и «Выставка диковин» Гварди. Оба полотна хороши, но в картине Гварди больше настроения легкости и сиюминутности бытия. И эпитет «очаровательная» подходит именно ей.

На многих его картинах, если внимательно присмотреться, можно увидеть, что гондольеры выписаны несколькими мазками. Но это не случайные мазки. Искусствоведы считают, что прежде чем наложить их на холст, художник тщательно продумывал их интенсивность и направление. В результате эти штрихи очень точно передавали некую иллюзорность момента движения.

Ф. Гварди интересен нам как автор многочисленных камерных пейзажей тихих венецианских улочек и двориков, исполненных нежности и лирического настроения.

Так, очарованием интимности и мягким светом притягивает наш взор одна из чудесных работ мастера, хранящаяся в собрании Музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина в Москве – небольшая картина под названием «Венецианский дворик». В этот дворик так и хочется войти вслед за путником в голубом плаще.

Все границы словно окутаны некой дымкой, которая рождает иллюзию пространства, передает вибрацию атмосферы, трепет момента, тишину и истому вокруг. В этой сиюминутности и сопричастности и есть высшее достижение бытовых городских пейзажей Ф. Гварди.

Гварди писал и «галантные праздники», живописные концерты и балы города. Например, приезд в 1782 наследника русского престола цесаревича Павла с супругой под именем графов Северных. Поздние его работы стали высшими достижениями всей европейской пейзажной живописи XVIII столетия.

Его современник Пьетро Лонги (1702-1785) писал полотна небольшого формата, воспроизводя в них незатейливые бытовые сценки быта венецианской знати.

Однако критики долгое время не признавали художественные достоинства его картин, считали его больше бытописателем, чем живописцем.

Пьетро близко дружил с автором комедии масок – Гальдони. Их творчество часто сравнивают исследователи, находя много общего, желание объективно наблюдать ситуации, подмечать пороки и курьезы.

Гальдони говорил о своем единомышленнике – «Кисть, ищущая правды». Лонги умел преподнести высокоморальные идеи эпохи Просвещения (пропаганду добродетели, полезности образования и науки, роли воспитания) не высокомерно, а как хроникер.

По словам Гальдони, «исправлял нравы весело, без педантичных декламаций».

Не без иронии Пьетро повествовал о новых модных обычаях знати, «Утренний шоколад», «Урок географии», о страсти патрициев Венеции к коллекционированию и посещение Ридотто... Так называли открытый игорный дом, разрешенный правительством. В нем дозволено было держать банк только патрициям, но туда всякий мог приходить.

Ридотто стал настоящим центром тогдашней венецианской жизни. Здесь начиналась карьера авантюристов и заканчивались ужином ученые заседания. Сюда приходили с новой возлюбленной, которая часто бывала переодетой монахиней. Однако никто не мог ее узнать под таинственной баутой (популярной венецианской маской). Это была извечная карнавальная игра – когда «переворачивался» социальный порядок и «господа и рабы» могли поменяться местами... Все проходило в атмосфере безудержного веселья, что замечательно передано на картинах Лонги. Когда в 1774 году сенат постановил закрыть Ридотто, Венецию охватило уныние.

В работах Лонго передан неповторимый колорит венецианской жизни XVIII столетия. Но особо часто на его полотнах веселятся, танцуют и музицируют люди в масках.

И снова, как бы замыкая круг нашего повествования, мы возвращаемся к теме «карнавала» – особого образа жизни Венеции восемнадцатого века.

Подводя итог, можем утверждать, что Италия – страна необыкновенно прекрасная. По словам Муратова, она дает человеку мироощущение единства истории и современности, неразрывности личного и всемирного, «правды вечного круговорота вещей, более древней правды, чем скудная идея прогресса» [4].

Жемчужина Италии – «город-сказка» Венеция всегда влекла к себе путешественников и туристов. И помогают людям еще раз окунуться в эту сказку, пройти по ее узким улочкам, замечательные полотна художников XVIII века.

Они создали прекрасные образы повседневной и праздничной Венеции, вложили душу в свои изображения любимого города. Мы благодарны им за это и должны сделать все, чтобы «город-праздник» не стал «городом-призраком», смотрящим на нас только с картин его художников.

#### **Литература:**

1. Мартынов В.Ф. Мировая художественная культура / В.Ф. Мартынов. – Минск. «ТетраСистемс», 2000. – 129 с.

2. Энциклопедия живописи и графики//<http://www.art-catalog.ru/article.php>

3. Битарова Л.Г. Толерантное сознание как особый философский взгляд на мир / Л.Г. Битарова, Э.А. Орлова, З.Я.Умарова // Связи с общественностью в спорте: образование, тенденции, международный опыт: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Краснодар, КГУФКСТ. – 2009. – С. 118-121.

4. Муратов П.П. Образы Италии //www/ [litres.ru/ pavel-muratov/ obrazy-italii-tom-1](http://litres.ru/pavel-muratov/obrazy-italii-tom-1).

## ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

**Е.В. Василенко**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В представленной статье обучение персонала рассматривается как важный элемент корпоративной культуры предприятий индустрии гостеприимства, формирование которой обеспечивает развитие предприятия и повышение его конкурентоспособности.*

***Ключевые слова:** корпоративная культура, персонал, обучение, методы обучения, предприятия индустрии гостеприимства.*

В современных условиях успех любого предприятия во многом зависит от качества человеческих ресурсов, которыми оно располагает. Особенно возрастает роль персонала на предприятиях индустрии гостеприимства, т.к. здесь основным результатом труда является услуга, а качество услуги непосредственно зависит от профессионализма и качества работы сотрудников.

Рынок услуг гостеприимства сегодня очень динамично развивается, появляется все больше конкурирующих предприятий, и для того, чтобы достичь основной цели их деятельности – предоставление клиентам качественного и удовлетворяющего их обслуживания, необходимо иметь компетентный и профессионально подготовленный персонал. Современные руководители понимают, что решить эту задачу невозможно без постоянного обучения персонала и его адаптации к постоянным изменениям, происходящим на рынке.

Специалисты в области управления человеческими ресурсами считают, что качество обучения напрямую связано с развитием корпоративной культуры предприятия, с его ценностями и нормами [2].

В настоящее время понятие «корпоративная культура», несмотря на его широкое применение, не имеет четкого определения. Близким по смыслу к этому понятию являются и другие, например организационная культура, деловая культура, культура предпринимательства и др.

Большинство авторов соглашаются с тем, что корпоративная культура, с одной стороны, сложное, динамичное явление, изменяющееся вместе с развитием организации, с другой стороны, представляет собой стабильную систему ценностей, моральных норм, убеждений, присущих данному предприятию и отражающих его индивидуальность [3].

Руководители эффективно работающих предприятий считают корпоративную культуру важным стратегическим инструментом, способствующим развитию предприятия, мобилизации сотрудников на

достижение общих целей, реализацию миссии, активизацию творчества и инновационного мышления, создание благоприятного климата в коллективе.

Корпоративная культура является частью общей системы управления предприятием и включает в себя множество элементов: видение, миссию, цели и задачи; стиль руководства; ценностные установки; традиции и обычаи; модели поведения; символику; правила делового общения и др.

Важным элементом корпоративной культуры предприятия является развитие персонала, его обучение и повышение профессиональной квалификации.

По результатам опроса руководителей крупных российских предприятий, проведенного журналом «Деньги», корпоративная культура, прежде всего, включает профессионализм, преданность организации, поощрение квалифицированных специалистов. По мнению сотрудников этих предприятий, корпоративная культура, прежде всего, это дружеские отношения с коллегами и возможность профессионального роста [2].

По мнению С.В. Сидорова, включение обучения в систему управления персоналом способствует решению следующих задач: формирование у сотрудников новых профессиональных умений и навыков; повышение квалификации в соответствии с меняющимися условиями внешней и внутренней среды; формирование особой корпоративной культуры, которая проявляется «во взаимодействии персонала внутри компании, а также в работе с клиентами и партнерами» [3].

Анализ практики организации обучения ведущих зарубежных и российских компаний позволил выделить основные цели обучения:

- 1) максимальное использование знаний, умений и навыков сотрудников и постоянное их обновление;
- 2) развитие управленческого потенциала и подготовка персонала к организационным изменениям;
- 3) достижение устойчивой конкурентоспособности;
- 4) формирование единых корпоративных ценностей и развитие корпоративной культуры [5].

Таким образом, между корпоративной культурой и обучением и развитием персонала существует взаимосвязь, имеющая характер взаимного влияния этих элементов общей системы управления предприятием друг на друга [2].

Подтверждением этому могут служить следующие примеры.

Одним из принципов корпоративной культуры Hilton – ведущей компании в мире, предоставляющей гостиничные услуги, является «Сотрудники никогда не удовлетворяются прошлыми заслугами, всегда стремятся за счет инноваций улучшить предлагаемые продукты, повысить эффективность и рентабельность» [1].

В Marriott International базовым принципом корпоративной культуры, обеспечивающим компании долгосрочный успех, является следующий: «Чем лучше компания будет относиться к своим сотрудникам, тем лучше они будут

относиться к клиентам. Для того чтобы все сотрудники, вне зависимости от национальности и уровня образования, могли соответствовать высоким стандартам корпорации, необходимо их обучать и повышать квалификацию».

Один из основных принципов корпоративной культуры Global Hyatt Corporation – дать сотрудникам возможность развиваться, обучаться от низших позиций в компании до самых верхних ступеней карьерной лестницы [1].

Развитие персонала является важнейшим элементом корпоративной культуры не только известных международных гостиничных цепей. Российская сеть отелей АЗИМУТ ориентирована на построение долгосрочных отношений с сотрудниками, оценивая личностные особенности и потенциал каждого, разрабатывая совместные планы карьеры и обучения.

Е. Бугровский, операционный директор сети отелей HELIOPARK Hotels & Resorts, успех компании видит в создании сильной команды, увлеченной гостиничным делом: «Наша компания может по праву считаться кузницей кадров – у нас множество примеров стремительного карьерного роста с линейных позиций до директоров отелей, а многие «топовые» фигуры гостиничного бизнеса, бывшие сотрудники HELIOPARK, смогли открыть собственные управляющие компании или занять министерские посты». Е. Бугровский считает, что необходимо постоянно учиться новому, так как обучение обеспечивает рост, развитие и движение вперед [1].

В индустрии питания ярким примером может служить компания Mc'Donalds, в основе корпоративной культуры которой лежит отношение к сотрудникам как к самому ценному ресурсу обеспечения эффективности компании. Отношения с персоналом строятся на принципах честности, доверия, уважения, развития способностей и талантов. Ежегодно на обучение, развитие, поддержку и продвижение своих сотрудников компания тратит около 140 млн. долл.

К корпоративным ценностям российской компании «Росинтер Ресторантс Холдинг» (бренды «IL Патио», «Планета Суши», «Шикари» «Американский Бар и Гриль», «Мама Раша»), занимающей лидирующие позиции на рынке семейных ресторанов, относится открытый путь для роста и успеха коллег; обучение, повышение квалификации и развитие необходимых навыков. В число приоритетов компании входит профессиональный и сплоченный коллектив каждого ресторана и каждого бренда [4].

В настоящее время меняются требования к профессиональным качествам персонала, и расширяется диапазон компетенций, необходимых сотрудникам предприятий индустрии гостеприимства. Все большее значение приобретают гибкость, организаторские способности, способность оценивать ситуацию с точки зрения своих клиентов, творческий подход к решению проблем, готовность и способность к профессиональному развитию [5].

Так, в отелях «Holiday Inn Сущевский» и «Holiday Inn Лесная» все сотрудники должны оказывать высококачественные услуги; быть открытыми и заботливыми по отношению к гостям и друг к другу; ценить работу в команде при оказании услуг и формировании корпоративной культуры; повышать свой образовательный уровень и принимать участие в обучающих программах по совершенствованию профессиональных и личных умений и навыков.

Подготовка персонала с учетом современных требований предполагает применение новых форм и методов обучения.

Например, в российских отелях «Sheraton», «Hilton», «Marriott International», «Holiday Inn», «Kempinski» персонал проходит обязательный тренинг по межличностному общению, служебному этикету, профессиональному облику, обучается постановке и дикции голоса [1]. В Учебном центре известного российского ресторатора А. Деллоса обучение официантов и барменов проводится по комплексной программе, включающей изучение не только технологии производства и организации обслуживания, но и обучение иностранным языкам, психологии общения, компьютерным технологиям. Лекции сопровождаются обязательной производственной практикой и знакомством с лучшими ресторанами. Московские школы сомелье при компании ВИННИКОМ, ресторанах «Ностальжи», «Энотрия» организуют тренинги, на которых персонал приобретает базовые знания и навыки работы сомелье, а также отрабатывает способы разрешения конфликтов с клиентами.

В Учебном центре компании «Росинтер Ресторантс Холдинг» организуют обучение и повышение квалификации не только работников массовых профессий, но и менеджеров и управляющих ресторанов. В ходе тренингов, деловых игр, стажировок, открытых семинаров, анализа ситуаций, социально-психологических тренингов менеджеры отрабатывают навыки по маркетингу, менеджменту, брендингу ресторана [4].

Практический опыт показывает, что обучение персонала предприятий индустрии гостеприимства обеспечивает их развитие за счет компетентности сотрудников, более полного использования ими знаний, умений и навыков, повышения мотивации, формирования общих корпоративных ценностей и развития корпоративной культуры. Корпоративная культура сегодня является важным фактором укрепления конкурентных позиций и эффективности предприятия индустрии гостеприимства.

#### **Литература:**

1. Корпоративная культура международных гостиничных цепей [Электронный документ] URL [https://studbooks.net/681597/turizm/korporativnaya\\_kultura\\_mezhdunarodnyh\\_gostinichnyh\\_tsepey](https://studbooks.net/681597/turizm/korporativnaya_kultura_mezhdunarodnyh_gostinichnyh_tsepey) (дата обращения 29.04.2019).

2. Куртиян А. Развитие персонала и корпоративная культура: взаимосвязаны ли эти процессы? [Электронный документ] URL <http://hr-media.ru/razvitie-personala-i-korporativnaya-kultura-vzaimosvyazany-li-eti-protssesy/> (дата обращения 20.04.2019).

3. Сидоров С.В. Особенности корпоративного обучения [Электронный документ] URL [http://si-sv.com/publ/1/osobennosti\\_korporativnogo\\_obucheniya/14-1-0-386](http://si-sv.com/publ/1/osobennosti_korporativnogo_obucheniya/14-1-0-386) (дата обращения 16.04.2019).

4. Тищенко И. Организация обучения и аттестация в сети ресторанов [Электронный документ] URL <http://b-training.ru> (дата обращения 29.04.2019).

5. Шпырня О.В. Развитие системы подготовки кадров в индустрии туризма и гостеприимства / О.В. Шпырня, М.Н. Андрейко // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2018. – № 2. – С. 104-110.

## ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ИДЕИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

О.С. Васильченко, И.И. Горбиков, Д.Д. Мартыненко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В представленной статье рассматриваются средства и методы популяризации здорового образа жизни в молодежной среде. Одним из таких средств могут быть занятия зимними видами спорта, в том числе лыжными гонками.*

***Ключевые слова:** здоровый образ жизни, молодежная среда, зимние виды спорта.*

В последнее десятилетие в Российской Федерации идет активное движение за здоровый образ жизни. Все больше людей занимаются физической культурой и спортом, туризмом, активным времяпрепровождением. В молодежной среде популярными являются велоспорт, катание на роликовых коньках, скейтбордах, бег, а также занятия на тренажерах и турниках, расположенных на спортивных площадках. Вышли из моды такие вредные привычки, как курение, употребление алкогольных напитков и, тем более, наркотических средств. В настоящее время вызывают уважение юноши и девушки с подтянутой фигурой, правильной осанкой, уверенной походкой – те, кто уделяет внимание своему здоровью и внешнему виду.

Здоровый образ жизни, это не пустые слова. Это комплекс полезных привычек, способствующих укреплению здоровья, повышению иммунитета, увеличению продолжительности жизни, повышению настроения и позитивному отношению к себе и окружающему миру. В настоящее время, в условиях технологического прогресса, ускоренного ритма жизни, высокой психологической нагрузки, плохой экологии и гиподинамии, здоровый образ жизни является средством обеспечения высококачественной и эффективной жизнедеятельности человека [8].

Данные многочисленных исследований подтверждают, что здоровье человека более чем на 50% зависит от его образа жизни. Другими факторами, отрицательно влияющими на состояние организма, в порядке убывания являются неблагоприятная окружающая среда и наследственность, отсутствие профилактических мероприятий.

Специалисты выделяют множество преимуществ здорового образа жизни. К ним относятся укрепление иммунитета и снижение восприимчивости к вирусным и инфекционным заболеваниям; достижение активного долголетия и сохранение дееспособности до глубокой старости; снижение риска развития хронических заболеваний; противодействие плохому настроению, стрессам и

депрессиям; активное участие в социальной и семейной жизни; занятие любимым делом в любом возрасте; наличие красивого тела и здорового организма [10]. А главное – правильный пример для близких и друзей, для подрастающего поколения.

Здоровый образ жизни включает обширный перечень переменных, таких как физическая культура и спорт, соблюдение правил личной гигиены, полноценный отдых, здоровый сон, виды закаливания, рациональное питание, отказ или сведение к минимуму вредных привычек. Особенно эффективным является соблюдение двигательного режима, подразумевающего утреннюю гимнастику, прогулки на свежем воздухе, занятия физическими упражнениями и спортом. Всем известно такое изречение, как «движение – это жизнь». И это верно: двигаясь, человек обогащает кислородом ткани внутренних органов, нормализует функционирование систем организма, особенно сердечно-сосудистой и дыхательной. Следует помнить – чем меньше мы двигаемся, тем больше риск заболеваний.

В молодом возрасте, когда энергия «бьет ключом», ее следует направлять в необходимое русло в соответствии с принципами здорового образа жизни.

Формирование здорового образа жизни детей, подростков и молодежи – важнейшая задача государства, общества, семьи и образовательных организаций. С ранних лет каждый должен знать компоненты здорового образа жизни, осознавать их важность лично для себя, уметь их правильно реализовывать на практике [3]. Основными путями формирования здорового образа жизни являются:

- регулярное выполнение утренней зарядки, занятия физической культурой и спортом;
- периодическое (не реже двух раз в году) участие в медицинских профилактических осмотрах и мероприятиях;
- ежегодные поездки в оздоровительные лагеря и санатории-профилактории;
- посещение рекреационных зон и отдых;
- подбор и соблюдение рациона питания с учетом вкуса и состояния желудочно-кишечного тракта;
- профилактика заболеваний в виде прививок и закаливания;
- обучение правилам личной гигиены;
- формирование здорового образа жизни посредством научно-популярных публикаций и телепередач;
- формирование здорового образа жизни посредством лекций в образовательных организациях, в том числе высших и средних [4].

Важно донести до молодежи принципы здорового образа жизни через наглядный пример. В этом случае полезны встречи с известными спортсменами и путешественниками, с участниками туристических клубов и любителями активного туризма.

Одним из средств популяризации здорового образа жизни в молодежной среде могут быть, по нашему мнению, зимние виды спорта. Толчком к

развитию зимних видов спорта на Кубани стал выбор г. Сочи столицей зимних XXII и Олимпийских игр XI паралимпийских. Сегодня Кубань является одним из лучших спортивных регионов страны [12]. Об этом говорят не только успехи кубанских спортсменов, но и результаты реализации масштабной программы модернизации спортивной базы Краснодарского края. Благодаря этому в крае возведены универсальные спортивные комплексы, плавательные бассейны, ледовые дворцы, футбольные поля и детские спортивные площадки. Делается все возможное для развития зимних видов спорта. В настоящее время на территории Краснодарского края культивируются такие зимние виды спорта, как бобслей, горнолыжный спорт, сноуборд, лыжные гонки, лыжное двоеборье, биатлон, фристайл, хоккей с шайбой, шорт-трек, конькобежный спорт, фигурное катание на коньках, керлинг и санный спорт, прыжки на лыжах с трамплина [11].

Многие муниципальные образования Краснодарского края культивируют занятия зимними видами спорта на своей территории. В Краснодаре большой популярностью пользуются хоккей с шайбой, фигурное катание, горнолыжный спорт и другие. В Кавказском и Лабинском районах активно развивается такой вид спорта, как лыжные гонки, пока, в основном, лыжероллеры, в Туапсе – фигурное катание, в станице Каневской появление отличного катка повлияло на развитие хоккея и фигурного катания, которые так полюбились местным детям и молодежи.

Развитие зимних видов спорта на Кубани составляет не только бесценное спортивное наследие для новых поколений спортсменов и всего олимпийского движения, но и, несомненно, является фактором популяризации здорового образа жизни. Кадровое обеспечение и высокий профессионализм тренеров обеспечивают вовлечение молодежи в зимние виды спорта, заботясь о повышении показателей физических (двигательных) качеств занимающихся, повышении уровня их физического и психического здоровья, эмоционального настроения [9].

В связи с ростом числа участников зимних видов спорта, появляется необходимость расширения методов, направленных на популяризацию идей здорового образа жизни в молодежной среде. Такими методами могут быть следующие:

- показательные выступления спортсменов с участием студенческой и работающей молодежи;
- проведение спортивных молодежных мероприятий (мастер-классов) на лыжных трассах Сочи. Организация бесплатной транспортировки за счет спонсоров;
- распространение листовок о возможностях спортивной базы края и города Краснодара по зимним видам спорта;
- демонстрация документальных фильмов в высших и средних образовательных организациях о жизни и деятельности молодых приверженцев здорового образа жизни;
- проведение круглых столов с обратной связью на тему «Здоровый

образ жизни в молодежной среде» по местному телевидению с приглашением представителей спорта, здравоохранения, образования, общественности и органов местной власти и другое [7].

Перечень таких мероприятий может быть расширен за счет изучения мнения и предпочтений молодежи, касающихся здорового образа жизни. Можно предложить проведение социальных опросов (с участием волонтеров) среди молодежи, направленных на оценку уровня знаний юношей и девушек о здоровом образе жизни и выявление проблем в данном направлении.

Важно выявить: что именно является препятствием для молодых людей стать полноправным участником движения за здоровый образ жизни.

Нельзя обойти вниманием и деятельность Кубанского государственного университета физической культуры и спорта. На официальном сайте размещен интерактивный портал о здоровом образе жизни – Takzdorovo.ru. Информация портала дает возможность ознакомиться с полезными статьями, комментариями экспертов, консультациями специалистов, видеоуроками, способами выработки новых полезных привычек, как инструментов, улучшающих качество жизни. Основной задачей портала является сохранение здоровья, продление жизни и минимизирование последствий ошибок в образе жизни прошедших лет [5].

Значительный вклад в популяризацию занятий зимними видами спорта вносит открытая в 2009 году в университете кафедра теории и методики зимних видов, велосипедного спорта и спортивного туризма.

Кафедра делает все возможное, чтобы студенческая молодежь приобщалась к спорту. Это подтверждено достижениями Стульнева А.П. – серебряного призера Кубка России по бобслею, победителя этапов Кубка мира, члена сборной команды России; Костаракова А.А. – члена молодежной сборной России по бобслею; Пушкарева А. – участника зимних XXII Олимпийских игр 2014 года в г. Сочи, который занял 4-е место в составе четверки по бобслею; Головинова А. – серебряного призера чемпионата России по бобслею, члена сборной команды России, первого мастера спорта по зимним видам на Кубани; Савельева Д. – члена сборной России по бобслею [6].

На кафедре большое внимание уделяется лыжным гонкам (лыжероллерный спорт) – более 700 студентов университета ежегодно осваивают его азы на учебных занятиях по учебной дисциплине «Теория и методика обучения базовым видам спорта: Лыжная подготовка» [1, 2]. Кроме этого, традиционным мероприятием стало проведение учебно-оздоровительного лыжного сбора студентов на плато Лаго-Наки, по окончании которого все участники совместно с преподавателями кафедры принимают участие во всероссийских соревнованиях «Лыжня России».

Таким образом, воспитание высококвалифицированных кадров на личном примере, участие студенческой молодежи в спортивных и оздоровительных мероприятиях являются залогом популяризации спорта и здорового образа жизни среди населения. Здоровый образ жизни должен стать правилом для молодежи, проживающей как на территории Краснодарского края, так и за его пределами. Здоровый образ жизни – это активное долголетие, хорошее настроение, достижение новых высот!

## Литература:

1. Васильченко О.С. Влияние занятий по лыжной подготовке на функциональное состояние организма // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2013. – С. 74-76.
2. Васильченко О.С. Формирование навыков передвижения на лыжероллерах у студентов по дисциплине «Лыжная подготовка» / О.С. Васильченко, В.З. Яцык, В.Б. Парамзин, И.И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2018. – № 1. – С. 26-27.
3. Яцык В.З. Технология активизации спортивно-массовой физкультурно-оздоровительной работы в школе / В.З. Яцык, О.Н. Костюкова // Современный Олимпийский спорт и спорт для всех: Материалы конференции. VII Международный научный конгресс. – Москва, 24-27 мая 2003 г. – С. 22-25.
4. Яцык В.З. Теория и технология профессионального отбора будущих специалистов по направлению «Физическая культура»: монография. – Краснодар, КГУФКСТ, 2008. – 149 с.
5. Яцык В.З. Лыжная подготовка в учебных заведениях Кубани (на примере КГУФКСТ) / В.З. Яцык, И.И. Горбиков, Д.С. Сидоренко // Материалы Международной научно-практической конференции «Современные аспекты подготовки кадров для Олимпийских и Паралимпийских игр: Ванкувер – Лондон – Сочи» (Краснодар, 14 – 18.10.2010). – Краснодар: КГУФКСТ, 2010. – С. 396-398.
6. Яцык В.З. Лыжная подготовка: лыжероллерный спорт: Учебное пособие / В.З. Яцык, А.М. Рыльцов, И.И. Горбиков. – Краснодар: КГУФКСТ, 2012. – 84 с.
7. Яцык В.З. Методика начального обучения студентов в лыжероллерном спорте / В.З. Яцык, И.И. Горбиков, О.С. Васильченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – Краснодар: КГУФКСТ, 2014. – С. 226-227.
8. Яцык В.З. Основы педагогической деятельности: физическое воспитание студентов средних специальных и высших учебных заведений: Учебное пособие / В.З. Яцык, Н.В. Иванова. – Краснодар, КГУФКСТ, 2014. – 228 с.
9. Яцык В.З. Развитие лыжного спорта в Краснодарском крае / В.З. Яцык, О.С. Васильченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2015. – № 1. – С. 220-221.
10. Яцык В.З. Оперативный контроль на занятиях по лыжероллерной подготовке / В.З. Яцык В.Б. Парамзин, И.И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2015. – № 1. – С. 222-223.

11. Яцык В.З. Особенности первоначального обучения студентов передвижению на лыжероллерах / В.З. Яцык, В.Б. Парамзин, И.И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ (21-27 июня 2016 года, г. Краснодар); материалы конференции. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – С. 262-264.

12. Яцык В.З. Построение подготовительной части учебно-тренировочного занятия по лыжероллерной подготовке на этапе начального обучения / В.З. Яцык, В.Б. Парамзин, И.И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2017. – № 1. – 284 с.

## ЛЫЖНЫЕ ГОНКИ КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ

О.С. Васильченко, А.О. Фугаев, М. Го, Н.Н. Нихаенко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В представленной статье рассматривается один из видов зимних видов спорта (лыжные гонки) как средство популяризации здорового образа жизни студенческой молодежи. Занятия лыжными гонками способствуют не только развитию физических (двигательных) качеств, но и формированию устойчивого интереса к занятиям физической культурой и спортом, активному времяпрепровождению и здоровому образу жизни.*

***Ключевые слова:** лыжные гонки, лыжероллеры, здоровый образ жизни, оздоровление.*

Одной из задач Российской Федерации является сохранение и укрепление здоровья граждан страны. Особое внимание уделяется детям, подросткам, работающей и студенческой молодежи как будущим строителям государства. В связи с этим через средства массовой информации идет пропаганда здорового образа жизни, дается познавательная информация о важности данного направления [4, 6].

На федеральном уровне, краевых и областных уровнях, а также на местах проводятся спортивно-массовые мероприятия, спортивные встречи, чемпионаты, первенства и другие мероприятия, способствующие популяризации здорового образа жизни [7].

Здоровый образ жизни очень важен для любого человека, так как он поддерживает хорошее состояние организма, умственные функции, приподнятое настроение и отказ от вредных привычек [1].

Образовательные организации вовлекают учащихся и студентов в занятия физической культурой и спортом через спортивные секции при школах и вузах, проводят лекции и семинары о правильном питании, гигиенических нормах, закаливании, отказе от вредных привычек и т.д. [1].

В высших учебных заведениях студенческая молодежь имеет возможность профессионально заниматься спортом. Одним из наиболее популярных видов являются лыжные гонки [8].

Нихаенко Н.Н. уделил внимание подготовке лыжников гонщиков, в том числе из числа студентов, обозначив планирование тренировочных нагрузок с учетом индивидуальной подготовленности каждого из спортсменов [2].

Важно учитывать, что высокоинтенсивные и продолжительные нагрузки принесут пользу лишь в том случае, если они сбалансированы и сочетаются с низкоинтенсивными нагрузками и отдыхом.

Индивидуальный подход в определении нагрузки, в свою очередь, способствует дальнейшему физическому развитию и оздоровлению.

Л.В. Новикова считает, что лыжные гонки, как вид спорта, требуют высочайшего уровня выносливости и других качеств, проявляемых в гармонии с организмом. Учебные тренировки оказывают влияние на все системы организма. В работу вовлекается большее количество мышц. Тренировки в комплексе укрепляют тело, улучшают состояние сердечно-сосудистой системы и помогают привести в гармонию душевное состояние. Поэтому, по убеждению автора, лыжные тренировки могут превратиться в сбалансированную программу, обеспечивающую всестороннюю психофизическую подготовку лыжника [3, 5].

Лыжные гонки проводятся в условиях усиленного потребления кислорода. Поэтому спортсмены, занимающиеся этим видом спорта, имеют хорошо развитую грудную клетку, сильную дыхательную мускулатуру, достаточный дыхательный объем легких и минутный объем дыхания.

Занятия лыжной подготовкой 2-3 раза в неделю по 30-40 минут в день способствуют повышению насосной функции сердца (объема крови, перекачиваемого сердцем в минуту). Это основной показатель выносливости и физической подготовленности в целом. Постоянные тренировки увеличивают количество капилляров работающих мышц, что приводит к улучшению кровотока в них и нормализации давления, улучшению транспортного обеспечения всего организма кислородом. Снижается риск сердечно-сосудистых заболеваний [9].

Насыщение тканей организма кислородом способствует оздоровлению и высоким умственным способностям.

Следует отметить, что студенты, участвующие в лыжной подготовке, не имеют вредных привычек, таких как курение и употребление алкоголя. Они в полной мере осознают, что спорт и вредные привычки – понятия несовместимые. Такие ребята являются примером для тех, кто имеет желание влиться в команду.

Занятия лыжными гонками требуют от спортсменов не только физической отдачи, но и соблюдения двигательного режима, рационального сбалансированного питания, необходимой нормы сна и отдыха, соблюдения восстановительных мероприятий. Поэтому с полной уверенностью можно утверждать, что лыжные гонки способствуют популяризации здорового образа жизни.

Занятия лыжными гонками имеют ряд определенных воспитательных задач: воспитание дисциплинированности и привычки к самостоятельным занятиям физической культурой и спортом; воспитание эстетических, моральных и волевых качеств; воспитание приверженности здоровому образу жизни.

Преобразующая деятельность лыжных гонок как вида спорта заключается в формировании самостоятельности, познавательной активности,

разнообразных интересах, стремлении добиваться новых достижений и успехов, готовности к преодолению трудностей, проявлении силы воли.

Занимаясь лыжными гонками, спортсмен легко проявляет оперативность, которая предполагает правильное понимание стоящих перед ним задач и выбор действий, необходимых для их решения.

Обозначенный вид спорта способствует разностороннему развитию личности, вооружая ее знаниями, умениями и навыками, необходимыми не только в спорте, но и в дальнейшей жизни. Применение современных технологий учебно-тренировочного процесса предусматривает формирование у студентов общеучебных умений и навыков, которые необходимы на всем периоде деятельности в ВУЗе или другой образовательной организации.

В оздоровительные задачи включены следующие: профилактика нарушений осанки, расширение жизненно важных двигательных умений и навыков; повышение уровня знаний о личной гигиене, влиянии физических действий на организм и укрепление здоровья.

Занятия лыжными гонками являются методом здоровьесбережения, поэтапного формирования умственных действий, развития информационно-коммуникативных и творческих способностей.

В весенне-осенний период лыжная подготовка предполагает занятия на лыжероллерах, как эффективном инструменте лыжной имитации вне сезона.

Лыжероллеры наиболее точно воспроизводят движения лыжника и способы его передвижения, такие как ходы, переходы, повороты, подъемы, спуски и т.д. Коньковые ходы передвижения на лыжероллерах и передвижение на лыжах имеют между собой общую фазовую структуру, кинематические и угловые характеристики, что подтверждает эффективность широкого использования в лыжной подготовке.

Тренировка на лыжероллерах способствует развитию специфических областей и групп мышц, задействованных в передвижении на лыжах. Это мышцы рук (главным образом трицепсы), мышцы плечевого пояса, грудные мышцы, мышцы живота и спины, мышцы ног, которые получают полезную нагрузку в процессе лыжной тренировки, обеспечивая аэробную выносливость и силу.

Однако слишком частая прокатка на лыжероллерах «ленивым» способом на ровной местности не дает требуемого эффекта. Поэтому, чтобы получить максимальную пользу, тренировки рационально проводить в рельефной, холмистой местности, требующей от спортсмена проявления определенных усилий. Полезны специальные силовые упражнения в виде катания на лыжероллерах без палок, катания в подъем с двойным толчком палками, затяжных подъемов с поочередными толчками на склонах с равномерным уклоном и хорошим обзором (для контроля трафика вверх-вниз). Эффективность силовой тренировки повышает энергичная работа в среднем и высоком темпе. Начинающие лыжероллеры должны концентрироваться на мощных движениях в разумном темпе: держать темп с мощными скоростными рывками следует по 15-20 минут, не менее [3].

Полученные навыки спортсмены проявляют в условиях соревнований (лыжероллерных гонок). Лыжероллерные гонки (свободным и классическим стилем) вызывают у студенческой молодежи желание победы, доказать свои силы и возможности. Порой состязания проходят в неблагоприятных погодных условиях, но гонщиков не смущает ни палящее солнце, ни дождь, ни ветер. Как сами участники, так и азартные болельщики имеют хорошее настроение и положительный эмоциональный фон.

Наблюдая за лыжероллерами со стороны, каждый может отметить для себя, что у спортсменов правильная осанка, стройная фигура, рельефные мышцы. Это вызывает желание влиться в коллектив спортсменов, стать частью команды. Поэтому многие первокурсники с удовольствием начинают заниматься лыжными гонками и изучать технические элементы и приемы, являющиеся базисом для дальнейшего спортивного совершенствования. Ребята предпочитают занятия спортом просиживанию за компьютером и сидячему образу жизни.

Следует подчеркнуть, что регулярные занятия лыжными гонками (лыжероллерами) способствуют сжиганию «лишнего» жира за счет аэробной подготовленности отдельных мышц и их способности использовать жир в качестве энергетического источника. Это качество лыжной подготовки должно быть известно широкому кругу девушек, которые следуют различным изнуряющим организм диетам в целях сохранения стройной фигуры. Помимо нормализации состава тела девушки, вовлеченные в лыжную подготовку, могут стать более выносливыми, быстрыми, гибкими, грациозными.

Юноши, занимаясь лыжными гонками, будут иметь хорошую физическую подготовленность к службе в рядах российской армии.

В лыжной подготовке предлагается достаточно широкий круг различных дополнительных упражнений, оказывающих многообразное воздействие на организм спортсмена. Выбор таких упражнений зависит от поставленных задач этапов подготовки. При этом учитывается уровень приобретенных спортсменом качеств и навыков на предыдущих этапах и постепенное усложнение общеразвивающих упражнений, которые в свою очередь подразделяются на подготовительные и упражнения из других видов спорта. Это разнообразные упражнения без предметов и с предметами (набивными мячами, гантелями, ядрами и др.), упражнения с сопротивлением партнеров и упругих предметов (резиновых, пружинных амортизаторов и т.п.). Используются упражнения из других видов спорта, например легкой атлетики, гребли, плавания, велоспорта. Большой популярностью пользуются спортивные игры, такие как баскетбол, гандбол, волейбол, футбол и другие.

Все вышеперечисленные упражнения и спортивные игры, включенные в лыжную подготовку, доступны для студенческой молодежи всех возрастов, курсов обучения и уровня подготовленности. Одной из главных целей лыжных гонок как вида спорта является популяризация здорового образа жизни. Если студент и не достигнет высокого спортивного результата, то он будет

здоровым, жизнерадостным, без вредных привычек. Такому студенту будет легко учиться и идти по жизни.

Таким образом, вовлечение все большего числа юношей и девушек в лыжные гонки является важным фактором популяризации здорового образа жизни среди студенческой молодежи.

### **Литература:**

1. Здоровьесберегающее образование: современные факторы развития: монография / Л.М. Алдарова, Н.К. Артемьева, С.П. Аршинник и др. / под ред. Н.И. Дворкиной, О.Г. Лызаря. – Самара: ООО «Офорт», 2016. – 205 с.

2. Нихаенко Н.Н. Подготовка лыжников-гонщиков: планирование тренировочных нагрузок / Н.Н. Нихаенко // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование: Материалы международной научно-практической конференции, 2019. – С. 104-106.

3. Новикова Л.В. Бесснежная подготовка лыжников-гонщиков: общий обзор тренировочных средств и тренировки на лыжероллерах / Л.В. Новикова.– Сергиев Посад, 2016.

4. Рыльцов А.М. Лыжная подготовка: учебное пособие / А.М. Рыльцов, В.В. Игнатенков, И.И. Горбиков, Д.С. Сидоренко; под общей редакцией В.З. Яцыка. – Краснодар, ФГБОУ ВПО КГУФКСТ, 2011. – 194 с.

5. Тренировки на роллерах: советы начинающим [Электронный ресурс] URL: <https://www.skiline.ru/sport-technology/963-2014-04-01-10-19-15>

6. Яцык В.З. Лыжная подготовка в учебных заведениях Кубани (на примере КГУФКСТ) / В.З. Яцык, И.И. Горбиков, Д.С. Сидоренко // Материалы Международной научно-практической конференции «Современные аспекты подготовки кадров для Олимпийских и Паралимпийских игр: Ванкувер – Лондон – Сочи» (Краснодар, 14 – 18.10.2010). – Краснодар: КГУФКСТ, 2010. – С. 396-398.

7. Яцык В.З. Лыжная подготовка: лыжероллерный спорт: Учебное пособие / В.З. Яцык, А.М. Рыльцов, И.И. Горбиков. – Краснодар: КГУФКСТ, 2012. – 84 с.

8. Яцык В.З. Методика начального обучения студентов в лыжероллерном спорте / В.З. Яцык, И.И. Горбиков, О.С. Васильченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ, №1. – Краснодар: КГУФКСТ, 2014. – С. 226-227.

9. Яцык В.З. Особенности первоначального обучения студентов передвижению на лыжероллерах / В.З. Яцык, В.Б. Парамзин, И.И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ (21-27 июня 2016 года, г. Краснодар); материалы конференции. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – С. 262-264.

## ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА

Е.П. Гетман

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье рассматривается необходимость развития образовательной среды вуза на основе предоставления обучающимся и преподавателям различных дополнительных и сопутствующих услуг. Проведенный анализ документов правового характера, потенциальных возможностей вуза и потребности обучающихся и сотрудников вуза позволяет сформулировать перечень дополнительных услуг, которые существенно улучшат образовательное пространство вуза.*

***Ключевые слова:** образовательная среда, дополнительные услуги, социальная эффективность, спортивный вуз.*

Под образовательной средой ученые (Ясвин В.А. и др.) [3] понимают «естественное и искусственно созданное социокультурное окружение человека, которое включает содержание и различные средства образования, обеспечивающие продуктивную деятельность студентов и направляющие процесс развития личности посредством создания благоприятных для этого условий».

Целью предлагаемого проекта является формирование комфортной образовательной среды вуза путем развития комплекса дополнительных услуг.

В задачи проекта включены следующие направления:

- на основе анализа востребованности различных дополнительных услуг для обучающихся и ППС вуза предложить комплекс услуг;
- разработать перечень дополнительных услуг;
- оценить эффективность предлагаемых дополнительных услуг.

Проведенный анализ правовых документов, регулирующих деятельность образовательных учреждений, показывает, что для реализации данного проекта отсутствуют какие-либо препятствия правового характера [1]. Анализ материально-технической базы вуза позволяет говорить о потенциальной возможности предоставления помещений и отведении специальных мест под предлагаемые в проекте услуги.

В рамках разработки перечня услуг проведен опрос (в устной форме и интернет-опрос) среди студенческой молодежи и преподавателей, сотрудников вуза. Исследования выявили мнения и предпочтения, потребности и позволяют разработать комплекс дополнительных, востребованных услуг. Конечно, реализация некоторых услуг требует значительных затрат, однако данные затраты следует рассматривать как инвестиции в образовательную среду, которые дадут отдачу в перспективе лет.

Проект предложений по развитию дополнительных услуг представлен в таблице.

Таблица – Проект предложений по развитию дополнительных услуг в вузе

Перечень проектируемых услуг	Примерные затраты, руб.
Ксерокопировальная комната и отдельно разместить аппараты «ксерокс» на 1-м и 3-м этажах, в библиотеке и общежитиях вуза	5 офисных ксероксов 25 тыс.руб x5=125 тыс. руб. Бумага 10 уп. в мес. x 250 руб. +2500 руб.
Расширить услуги вузовской типографии – переплеты ВКР и магистерских работ	Имеется оборудование
Киоск по реализации печатной продукции: реализация канцелярских товаров, отраслевой периодики и литературы, атрибутики с вузовской символикой, др.	Имеются свободные помещения
Вендинговое оборудование	Кофейный автомат – от 78 тыс.руб. Снековый автомат – от 76 тыс. руб.
Магазин «Спортивное питание», солярий, фитобар	Солярий – 245 тыс. руб. Фитобар – стоимость комплекта оборудования от 240 тыс. руб.
Организация групп здоровья, с предоставлением медицинско- оздоровительных услуг: массаж, иглоукалывание, мануальная терапия, ЛФК, консультации психолога	Имеются свободные помещения и спец. оборудование
Банно-прачечный комплекс в общежитии вуза	Стиральная машина от 22 тыс. руб. за 1 ед. Минимум 10 шт. на одно общежитие 22 тыс руб x10 = 220 тыс. руб. плюс установка от 8 тыс. руб.
Открытие бизнес или научного парка – предоставлять помещение для начинающих стартап из числа старшекурсников и выпускников вуза	Имеются свободные помещения
Предоставление услуг гражданам пенсионного возраста силами студентов и ППС (социальный проект)	Возможна оплата части расходов через социальные фонды
Итого:	1017 тыс. руб., из них единовременные затраты: 830 тыс. руб.

Перечисленные в проекте дополнительные услуги разноплановы и эффект от их реализации, конечно, различен. Необходимо пояснить, что предложенное в проекте оборудование можно взять в лизинг, что не потребует в этом случае 984 тыс. руб. единовременных вложений со стороны вуза. Часть предлагаемых услуг (ксерокопировальное и продажа канцелярских товаров, отраслевой литературы и др.) направлены непосредственно на улучшение

образовательного процесса в вузе. Часть – вендинговое, банно-прачечное оборудование – скорее связаны с организацией внеучебного и межучебного времени, что, тем не менее, может прямо отразиться на успеваемости обучающихся. Предложения, связанные с развитием спектра услуг для населения, будут способствовать как повышению имиджа вуза, так и созданию баз практики для студентов. Так, предполагается, что услуга по организации групп здоровья, с предоставлением медицинско-оздоровительных услуг: иглоукалывание, массаж, мануальная терапия, ЛФК, консультации психолога, будет оказываться силами обучающихся старших курсов бакалавриата и магистратуры, а также медицинскими кадрами из числа профессорско-преподавательского состава вуза. Одно из предложений (открытие бизнес или научного парка), на которое необходимо особо обратить внимание, направлено на предоставление выпускникам вуза уникальной возможности начать собственное дело, стартап на материальной базе своего вуза [3]. Располагаясь в самом центре города, Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, одним своим местоположением является привлекательным с этой позиции. Суть данного предложения заключается том, что вуз предоставляет помещение под стартап для начинающих свой бизнес из числа старшекурсников и выпускников вуза. В первые полтора года вуз предоставляет стартаперам освобождение от уплаты аренды за помещение, на специальных условиях, что в последующие годы функционирования бизнеса вуз становится соучастником этого бизнес-стартапа.

Говоря об эффективности предлагаемых в проекте услуг, предварительные расчеты дают уверенность, что их реализация повлияет на повышение комфортности образовательной среды вуза, позволит повысить условия жизнеобеспечения обучающихся. Вуз сможет на деле реализовать обеспечение трудоустройства ряда обучающихся и выпускников, так как при реализации предлагаемых услуг требуется их непосредственное участие. Таким образом, социальная эффективность предлагаемых дополнительных услуг не вызывает сомнений, что касается экономической эффективности, то оценивая затраты, связанные с реализацией, следует рассматривать их как инвестиционные вложения в развитие образовательной среды вуза, и окупаемость подобного рода вложений отдаст дачу от 5 до 10 лет.

#### **Литература:**

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации». – М.: Проспект, 2018. – 192 с.
2. Воеводина С.С. Предпринимательство в физической культуре и спорте: экономико-правовые аспекты: коллективная монография / С.С. Воеводина, Е.П. Гетман, Л.А. Гремина. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 282 с.
3. Ясвин В.А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию / В.А. Ясвин. – М.: Смысл, 2001. – 365 с.

## СПОНСОРСТВО В СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА

Е.П. Гетман, П.С. Чиж

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье рассматривается такое явление, как спонсорство в спортивной индустрии. Как известно, на данный момент без спонсорских вложений не может обойтись ни один спортивный клуб, где деятельность спортсменов осуществляется на профессиональном уровне. Так, руководство спортивных организаций чаще всего вынуждено искать спонсоров, а спонсоры – вкладывать свои денежные средства в известного спортсмена или спортивное мероприятие, с которого в перспективе можно получить неплохую рекламу. Прибегая к такому сотрудничеству, спонсоры получают повышение спроса на бренд, услуги и прочие товары, а руководство спортивных организаций продвижение своих спортсменов и некоторую коммерческую выгоду.*

***Ключевые слова:** спонсорство в спорте, спонсорские вложения, спортивное мероприятие, сотрудничество со спортивными организациями.*

В наше время общественные экономические отношения значительно эволюционировали, перетерпев множество трансформаций, а выход отечественного спорта на рынок дал начало спортивному спонсорству. В 90-е годы спортивными спонсорами являлись иностранные компании, которые преследовали во время реализации данной деятельности одну основную цель: посредством спонсорства российского спорта они активно завоевывали отечественный рынок. Преимущество иностранных спонсорских компаний в начале 90-х основывалось на их немалом опыте. Однако с середины тех же годов к спонсорской деятельности в области спорта подключились и российские компании, которые стали оказывать финансовую поддержку профессиональным клубам и федерациям по коммерческим видам спорта.

На сегодняшний день без спортивного спонсорства не может обойтись ни один вид спорта, осуществляемый той или иной организацией на профессиональном уровне. Ведь если спортсмены показывают высокие результаты, то и финансовые средства, направленные на помощь в становлении этих результатов, должны быть немалыми (большую часть бюджета спортивных команд составляют спонсорские вложения). Неспособность клубов самим вкладываться в своих подопечных – это прямое доказательство их финансовой слабости.

Поэтому по истечении некоторого времени было сформировано несколько путей спортивного финансирования. Первый путь, наиболее

характерный для России, заключается в поиске бюджетных источников финансовой поддержки. Второй путь – это поиск и активное использование спонсоров, меценатов. Третий путь же представляет собой переплетение двух первых путей. Четвертый путь – уверенность в производимой работе ее реализаторов при устойчивой поддержке других источников финансирования. Для стабильного и успешного функционирования спортивного предпринимательства в России профессиональный коммерческий спорт плавно переходит от первого пути к последующим, учитывая, что роль четвертого пути становится значимее с каждым днем.

При анализе спортивной деятельности клубов можно сделать вывод, что они должны сами зарабатывать необходимые им денежные средства, однако клубы и по сей день существуют лишь благодаря спонсорским вложениям. И если вникнуть в эту тему немного глубже, напрашивается еще одно умозаключение – спонсоры, вкладывающие свои деньги в спортивные организации, не требуют от них экономической отдачи, не ориентированы на нее и, следовательно, осуществляют не спонсорскую, а меценатскую помощь. Это делает положение клубов очень неустойчивым, и истории многих клубов заканчиваются далеко не счастливым концом, взять тот же БК «Динамо» (г. Санкт-Петербург) или БК «Шахтер» (г. Иркутск).

Спонсорский вклад – это плата за рекламу. В таком случае спонсор рекламы автоматически становится рекламодателем, а лицо, получающее финансовую помощь, эту рекламу распространяет. Следовательно, спонсорство — это не безвозмездная деятельность. Делая вклады в рекламу, спонсор оплачивает коммуникацию и получает уникальную аудиторию.

Когда крупный спортивный клуб или любое другое спортивное предприятие организует крупномасштабные соревнования, спонсоры, как правило, не остаются в стороне. В таком случае в данном сотрудничестве заинтересованы обе стороны: организаторы мероприятия получают денежные средства и возможность реализовать все необходимые работы, а спонсоры доносят свою информацию до собравшейся аудитории (продвигают свою марку, влияют на отношение людей к ней).

Чаще всего перечень обязательных работ по подготовке к спортивному празднику стандартен и имеет свою последовательность. Основной объем затрат направлен на:

- организацию мероприятия. Сюда входят затраты на аренду помещения, оборудования, инвентаря, сотрудничество с гостиницами, в которые будут заселяться спортсмены и прочие участники соревнований, и т.д.
- оплату работы технического персонала (техники, грузчики, охрана, уборщики, и др.);
- оплату работы спортивного персонала (судьи, секретариат, врач и др.);
- подготовку и проведение развлекательной программы.

В развлекательную программу могут входить всевозможные розыгрыши (к примеру, небольших сувениров с символикой соревнований или с

логотипами компаний-спонсоров, что будет являться для них неплохим маркетинговым ходом), выступления приглашенных звезд и творческих коллективов, показательные матчи (когда спортсмены играют на публику, придают зрелищности своему виду спорта, демонстрируют красивую игру или программу) и т. д.;

- рекламу спортивного праздника. Очень важно привлечь внимание хотя бы местных средств массовой информации, реализовать рекламные буклеты, разместить всю необходимую информацию на сайте федерации по виду спорта, а также в социальных сетях и т. д. Помимо этого в данный раздел может входить разработка гимна, эмблемы, атрибутики соревнований;

- финансовое обеспечение призового фонда (закупка медалей, грамот, призов);

- формирование «чрезвычайного запаса». В силу возникновения непредвиденных ситуаций целесообразно отложить 7-13% от всей суммы для их оперативного устранения;

- страхование участников (в случае, если это не сделал сам участник или спонсор-страхователь);

- оплату работы менеджмента и маркетинговых услуг на соревнованиях [1-2].

Проанализировав приведенные выше траты, мы можем сделать очевидные выводы: на организацию любого крупного спортивного мероприятия нужны большие деньги. И тогда возникает вопрос – почему же спонсоры просто не потратят свои вложения на площадь медиапространства? И почему компании так нуждаются в спонсорских вложениях, желая активно продвигать то, что они производят и предоставляют?

Как правило, спортивные организации хотят получить некоторые дивиденды на инвестиции, вкладываемые в спортивные мероприятия. Ведь именно они и являются ведущим прибыльным объектом для спонсирования. Как правило, спортивные мероприятия вызывают огромный интерес у СМИ, а популярность спортивных звезд предоставляет возможность воздействовать на потребителя и создавать положительные ассоциации, что очень выгодно для спонсоров, чьи товары и услуги они могут прорекламирровать. В наши дни функционирующий ассортимент инвентаря и прочего спортивного оборудования позволяет придать зрелищности в силу постоянно действующих инноваций, а также сделать его привлекательным с точки зрения эстетики. Плюс ко всему, ведущую роль в успешности мероприятия также играет и эмоциональный подъем со стороны зрителей.

Возможности увеличения выгоды — это то, что спонсорские компании учитывают, прежде чем заключить с кем-либо договор о финансовой помощи. Исходя из вышеуказанной информации, спонсоры проявляют интерес именно к зрелищным событиям и к участвующим в них звездам-спортсменам, а не к самим видам спорта как таковым.

В таких условиях необходимо учитывать некоторые особенности, помогающие придать спортивному мероприятию большей привлекательности:

- наличие ТВ-трансляции;
- ранг спортивного события;
- наличие рекламной кампании спортивного мероприятия;
- высокий уровень организации спортивного мероприятия;
- популярность данного вида спорта;
- высокий общественный статус членов организационного комитета (представители правительства, руководители спорткомитетов);
- наличие игроков-«звезд»[3].

Посредством спонсорства, лица, которые предоставляют для организации спортивного мероприятия финансовые средства, могут оказывать рекламное воздействие на всех участников соревнований.

Если выделять значительные преимущества спортивного маркетинга перед другими его видами, то необходимо отметить следующие его черты:

1) спортивное спонсорство – это обязательный контакт с фанатами. Любители какого-либо или каких-либо видов спорта достаточно часто посещают посвященные им спортивные мероприятия. И, разумеется, фанаты будут обращать внимание на рекламные щиты, на всевозможные буклеты и баннеры. Самым зрелищным и посещаемым видом спорта, по выявленным данным, является футбол: процент фанатов футбола составил целых 39%, 16% составили те, кто интересуется этим видом спорта, но не является ярким любителем. Второе место по процентным показателям занял автоспорт, уступивший футболу на 8% по количеству фанатов. Третье и четвертое место заняли легкая атлетика и теннис, далее одинаковый процент набрали плавание, баскетбол и гимнастика, а самым менее зрелищным видом спорта из всех рассмотренных стал гандбол.

Таблица – Отношение потребителей к спонсорству

Опрос	Мужчины	Женщины
Если бы компания являлась спонсором международных соревнований по легкой атлетике, я бы, возможно, приобретал ее продукты или услуги	38%	30%
Если бы компания являлась спонсором международных соревнований по футболу, я бы, возможно, приобретал ее продукты или услуги	35%	35%
Если бы компания являлась спонсором международных соревнований по теннису, я бы, возможно, приобретал ее продукты или услуги	32%	36%
Если бы компания являлась спонсором международных соревнований по баскетболу, я бы, возможно, приобретал ее продукты или услуги	30%	37%

Вкладывая средства в массовые виды спорта, когда трибуны заполнены заинтересованными людьми, спонсоры получают позитивный эффект. Ведь их информация доносится до потребителя и, как правило, осуществляется

повышение дохода. Затратив на рекламу и маркетинговые мероприятия финансы, спонсорские компании непременно получают отдачу.

2) спортивное спонсорство – это лояльность аудитории. Это работает следующим образом: поглощенные действием на поле/ринге/в спортивном зале болельщики находятся в состоянии эмоционального подъема, вследствие чего они не проявляют негативных настроений к рекламируемому бренду. При этом испытываемые болельщиками чувства переносятся на торговую марку [4].

Отношение потребителей к спонсорству ярко видно из ответов на вопросы, представленные в таблице.

При решении спонсоров вложить в какое-либо мероприятие/товар/клуб финансовые средства, между сторонами заключается унифицированный договор.

Как правило, в договорах прописываются такие пункты, как:

- конкретная сумма, которая может выплачиваться как один или несколько раз, так и на регулярной основе;
- права и обязанности, которых должны придерживаться как спонсоры, так и принимающие спонсорскую помощь лица;
- фиксируется статус спонсора и характерные для него привилегии (к примеру, официальный спонсор, генеральный спонсор и др.) Чем выше статус спонсора, тем больший набор преференций ему принадлежит – например, отдельный вход на стадион, специальный охраняемый паркинг, доступ к спортсменам, VIP-ложа и т.д.);
- компенсация сторонам в случае нарушения взятых на себя обязательств.

Заключение договора – это важнейшее мероприятие, которое позволяет избежать всяческих конфликтов.

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время спонсорство в спорте – это комплексный маркетинговый инструмент, сочетающий в себе элементы ATL, BTL, интернет, direct и digital маркетинга. Поэтому оно является эффективным вариантом продвижения какой-либо рекламы при условии грамотного использования возможностей, представленных как спонсором, так и спортивной организацией.

#### **Литература:**

1. Бочкарев А. 7 нот менеджмента: настольная книга руководителя / А. Бочкарев. – М.: Эксмо, 2016. – 976 с.
2. Клок К. Конец менеджмента / К. Клок, Дж. Голдсмит. – М.: СПб: Питер, 2016. – 368 с.
3. Колесникова И.А. Качество спортивного менеджмента и конкурентоспособность спорта / И.А. Колесникова. – М.: Синергия, 2017. – 396 с.
4. Спортивный маркетинг: курс лекций / Е.П. Гетман. – Краснодар, КГУФКСТ, 2018. – 95 с.

**С.Н. Голубничая**

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

***Аннотация.** В представленной статье рассмотрена роль ландшафтов в туризме и рекреации. Приведены примеры оценки туристско-рекреационных ландшафтов в Донецком регионе. Предложено использование фитогенных составляющих ландшафтов для оптимизации территории для отдыха и туризма. Подчеркнута важность гармоничного сочетания рельефа, водных объектов и растительности при проектировании туристско-рекреационных комплексов.*

***Ключевые слова:** рекреация, туризм, туристско-рекреационный ландшафт, оптимизация.*

Современное производство требует от человека больших физических затрат и нервного напряжения, для восстановления сил необходимо прежде всего непосредственное общение с природой. Условия жизни в современном городе с его высокой концентрацией производств, загрязненной атмосферой, шумом, интенсивным движением транспорта существенно повышают фактор риска заболеваний и отрицательно влияют на процесс восстановления сил человека. Поэтому отдых на лоне природы становится жизненной необходимостью.

С другой стороны, существует тенденция к сокращению «территорий дикой природы», изменению ее первозданного вида, чему немало способствует нерациональная рекреация, поэтому в настоящее время остро стоит проблема комплексного использования рекреационных ресурсов, в первую очередь ландшафтно-рекреационных, оценки их потенциала.

Ландшафты играют в рекреации и туризме немаловажную роль. В некоторых случаях решающими факторами, влияющими на выбор территории для отдыха, являются эстетические качества ландшафтов, потребность в красоте – естественное явление духовного мира человека. Оказывая сильнейшее эмоциональное воздействие, красота в любом ее проявлении облагораживает, воспитывает и оздоравливает человека, именно поэтому территории, обладающие большой эстетической ценностью, пользуются повышенным спросом у рекреантов.

Для объективной оценки качества рекреационных территорий разработана научно-обоснованная методика комплексной количественной оценки [1]. Методика разработана на основе интегральных оценок ландшафтов, получаемых путем суммирования средних пофакторных показателей, характеризующих основные составляющие ландшафта: рельефа, водных

объектов и растительности. При разработке данной методики были выполнены следующие исследования: разработаны оценочные показатели и шкалы по всем составляющим ландшафтов, определены частные балльные оценки по отдельным показателям, получены общие интегральные оценки территорий по степени их благоприятности для использования в рекреационных целях [4].

Методика комплексной количественной оценки природных (ландшафтных) ресурсов была апробирована на территориях, включающих водные объекты в промышленном, густонаселенном районе г. Донецка. При этом выявлены наиболее благоприятные для рекреации территории и подготовлены предложения по их благоустройству и восстановлению природных ландшафтов.

Рекреационная оценка ландшафтов проводится на основе пофакторной оценки каждой составляющей ландшафта: рельефа, водных объектов, растительного покрова.

Рельеф важен для лечебно-оздоровительного отдыха. Как функционально так и эстетически наиболее благоприятна пересеченная местность. Степень расчлененности рельефа характеризовалась следующими параметрами: глубина расчленения (относительное превышения на местности), густота расчленения (на каком расстоянии в километрах происходит изменения формы рельефа с выпуклого на вогнутый и наоборот, крутизна склонов, панорамность.

Водные объекты оценивались в зависимости от характера рекреационной деятельности, для которой они используются: пляжно-купальный отдых и различные виды водно-спортивного туризма. При оценке рассматривались подходы к воде, наличие пляжной полосы, характер дна, наличие отмели, температурный режим, скорость течения, наличие источников питьевой воды.

В условиях старопромышленного региона, каким является Донбасс, важное значение при выборе зон, благоприятных для рекреации, имеют техногенные показатели. Нами учитывались химическое загрязнение воды, воздуха, почвы, загрязнение акватории и территории мусором и бытовыми отходами, звуковое загрязнение, техногенная нарушенность территории: распаханность, степень деградации растительного покрова, наличие объектов, снижающих эстетическую ценность.

Все это требует значительных затрат на очистку и оптимизацию. Вместе с тем в этом вопросе большое значение имеет использование растительности в качестве фактора, улучшающего показатели среды. Так, зеленые насаждения очищают воздух от пыли и других вредных примесей. Например, 1 га елового леса за год способен задержать 32, соснового – 35, а букового – до 68 тонн пыли [2]. Это приводит к тому, что запыленность воздуха снижается в летнее время на 42% по сравнению с незелеными территориями, а в зимнее до 37%. Многие растения, такие как каштан конский, тополь черный, очищают воздух, загрязненный выхлопными газами от свинца. Интенсивность очищения составляет 30-40 мг на 1 кг сухой массы листьев. Угарный газ активно усваивается бирючиной обыкновенной, ольхой, осинкой, елью. При ширине

полосы насаждений 30 м происходит снижение загрязненности угарным газом на 60-70% [3, 4].

Различные биоценозы играют неодинаковую роль в очистке атмосферы от вредных примесей. Один гектар леса производит газообмен в 3-10 раз интенсивнее, чем травянистые растения, занимающие аналогичную площадь. Растения способны также принимать участие в процессах самоочищения воды. Среди представителей флоры данного региона следует отметить такие растения, как тростник обыкновенный, камыш озерный, рогоз узколистный и широколистный, которые благодаря развитой системе корневищ поглощают вредные примеси не только из воды, но и из донных отложений.

Большое влияние на отдыхающих оказывает тишина, которая создается благодаря сложной архитектуре крон деревьев и кустарников. Полоса зеленых насаждений 200-300 м шириной может уловить такое количество шума от автомагистрали, что он не будет восприниматься. По литературным данным, больше снижают шум полосы, которые состоят из деревьев и кустарников с высоким удельным весом листвы. В зимнее и осеннее время хвойные насаждения имеют большую шумопоглощающую способность по сравнению с лиственными, поэтому мы рекомендуем создавать в местах отдыха смешанные лиственно-хвойные насаждения с густым подлеском.

Кроме пылеулавливающей и газопоглощающей особенностей растительного покрова для улучшения рекреационных характеристик среды важную роль играет фитонцидная активность и способность обогащать атмосферу легкими ионами. Установлено, что ионизированный воздух способствует активности дыхательных ферментов, увеличивает биотоки мозга, содержание кислорода в крови, уменьшает содержание сахара и фосфора, особенности ионизированного воздуха используют при лечении гипертонической болезни, атеросклероза, легочного туберкулеза, бронхиальной астмы, переутомления, бессонницы. Повышенной способностью к образованию легких ионов обладают дуб черешчатый, клен белый, ива белая, сосна обыкновенная и другие растения. Однако такие растения, как дуб болотный, липа широколиственная, орехи серый и грецкий, айлант высочайший уменьшают количество легких ионов в атмосфере. Улучшают ионный режим также смешанные хвойно-лиственные насаждения.

Оценивая оздоровительные возможности растительного покрова, следует учитывать и влияние его на эмоциональное состояние человека. На состояние человека влияют форма и конфигурация лесного массива, породный состав, ярусность, опушки. Еще в древности для усиления выразительности ландшафта использовались деревья с определенной формой кроны: пирамидальной, плакучей, шаровидной. Например, в равнинной местности с монотонным ландшафтом высаживали кипарисы или пирамидальные тополя. На берегах водоемов повсеместно встречаются деревья плакучей формы. Медики и психологи разделяют ландшафты на возбуждающие и успокаивающие. Существует классификация эмоционального влияния формы кроны на человека, например пирамидальные, сферические вызывают стимулирующее

эмоции, а овалы, плакучие – успокаивают. Возбуждающие и успокаивающие эффекты силуэтов крон рекомендуется использовать при создании пейзажных композиций, но при этом не следует перегружать ландшафт. Необходимо помнить советы известного ландшафтолога Д. Саймондса, что независимо от типа ландшафта, от того какое настроение он у нас вызывает, человек получает настоящее удовольствие от гармонии всей картины в целом. Чем полнее гармония, тем больше удовольствие от общения с природой, что особенно важно на современном этапе.

Сильные эмоциональные впечатления возникают под действием цветового объединения элементов ландшафта, зеленый цвет снижает артериальное давление, расширяет сосуды, уменьшает утомляемость глаз, голубой – уравнивает дыхание. Голубой и зеленый успокаивающе действуют на нервную систему, фиолетовый подавляет, серый – вызывает апатию, красный и оранжевый возбуждают нервную систему, желтый стимулирует работу сердца, легких, увеличивает устойчивость, вызывает добрые мысли. Это еще раз аргументировано подтверждает более высокую эффективность отдыха на территории, где гармонично объединены три главных составляющих ландшафта: водный объект, растительный покров и рельеф.

#### **Литература:**

1. Данильчук В.Ф. Методология оценки рекреационных территорий / В.Ф. Данильчук, Г.М. Алейникова, А.Я. Бовсуновская, С.Н. Голубничая. – Донецк: ДИТБ, 2003. – 197 с.

2. Казачинский В.П. Основные экологические проблемы рекреационно-туристских зон Кубани / В.П. Казачинский, Г.В. Маймула // Экономика сервиса и туризма. Научный вестник ЮИМ. – №3. – 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-ekologicheskie-problemy-rekreatsionno-turistskih-zon-kubani>

3. Мишечкин Г.В. Формирование туристской дестинации в Донецке / Г.В. Мишечкин, С.Н. Голубничая // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – №2. – С. 118-124. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-turistskoy-destinatsii-v-donetske-problemy-i-perspektivy>

4. Попова О.Б. Интегральный туристско-рекреационный потенциал Оренбургской области / О.Б. Попова // Вестник Оренбургского государственного университета. – № 10 (185). – 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа [http://vestnik.osu.ru/2015\\_10/114.pdf](http://vestnik.osu.ru/2015_10/114.pdf)

## РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОПАГАНДЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

С.Н. Голубничая, Ю.В. Семерижная

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

***Аннотация.** Статья посвящена пропаганде здорового образа жизни среди молодежи и студентов. Поставлена проблема распространения тенденции рационального подхода к здоровью. Представлен механизм влияния на молодых людей посредством привлечения их к участию в одном из видов религиозного туризма. Определена сущность влияния на студентов и молодежь через экскурсионно-познавательный туризм религиозной тематики.*

***Ключевые слова:** религиозный туризм, здоровый образ жизни, экскурсионно-познавательный туризм, молодежь, студенты.*

Сейчас немало проблем с подростковой зависимостью от вредных привычек. Ограничения на продажу алкогольной продукции и табачных изделий действуют только в больших магазинах и супермаркетах. Однако остается множество маленьких ларьков, где запрещенную продукцию продают даже двенадцатилетним.

Немаловажным остается и влияние окружающей среды: Интернет, телевидение, сверстники. Последний фактор оказывает особенно сильное воздействие на подростков. И они в силу своего возраста легко поддаются неправильному образу жизни. Поэтому, если не удастся нейтрализовать полностью негативные факторы, – нужно усилить положительные.

Пропаганда и мероприятия по приобщению детей и студентов к здоровому образу жизни в учебных заведениях являются весьма эффективными средствами. Среди таких может занять свое место и религиозный туризм.

Религиозный туризм – это вид туризма, который подразумевает посещение святых мест больше чем на 24 часа вдали от места жительства. Специалисты его считают одним из самых древних и популярных видов туризма в мире.

Одной из разновидностей религиозного туризма является экскурсионно-познавательный туризм. В отличие от паломнического туризма он не предполагает поклонение святым местам.

Экскурсионно-познавательный туризм подразумевает посещение культовых сооружений, музеев, богослужений, исторических мест; участие в крестных ходах и т.д. Такое направление туризма помогает расширить кругозор, поменять взгляды на жизнь и правильно расставить приоритеты.

Как всем известно, все начинается с мыслей. Как говорил Альберт Эйнштейн: «Ваш разум производит мысли, а мысли могут нести с собой огромное количество энергии, будучи эмоционально заряженной... наш разум способен привлечь массы энергии, производя мысли, которые заряжаются

сильным чувством. Подобно облакам, которые, достигая точки насыщения, изливают дождь, массы энергии в конечном итоге проявляются в физической реальности, которую визуализирует разум» [1]. Следовательно, правильно поставленные мысли приводят к правильным действиям.

Поэтому здоровый образ жизни – это комплекс долгосрочных мероприятий по поддержанию не только физического, но и морального здоровья, поддержанию которых может способствовать такой вид туризма, как религиозный. Здоровый образ жизни дает возможность воплотить множество задуманных вами планов и идей. ЗОЖ – это значить чувствовать себя хорошо, быть бодрым и полным сил.

Многие исследования показывают, что более чем на 50% качество жизни человека зависит от уклада жизни. Специалисты определяют большое количество его преимуществ, которые подтверждают, что здоровый образ жизни является полезным:

- укрепление иммунитета и снижение заболеваемости вирусными и инфекционными недугами;
- достижение активного долголетия и сохранение даже в старости дееспособности и подвижности;
- снижение риска развития хронических заболеваний, увеличение длительности периода ремиссий;
- снижение риска перепадов настроения, депрессий и стрессов;
- активное участие в социальной и семейной деятельности;
- возможность заниматься любимым делом даже в старости;
- легко вставать утром и при этом ощущать себя бодрым и энергичным;
- подавать правильный пример родственникам и детям;
- иметь красивое тело и чистую кожу без прыщей и морщин;
- увеличение возраста появления первых возрастных изменений в организме;
- чувство, что все возможно и достижимо [2, 3].

В священных писаниях об алкоголе и курении напрямую не упоминается. Однако говорится, что душа и мысли человека должны быть свободны и чисты, а тело ничего не должно поработать. С этой мыслью солидарен и буддизм. Страсти делают нас несчастными, поэтому только избавление от них может сделать нас свободней и счастливей.

Экскурсионно-познавательный туризм религиозной тематики может донести эту мысль молодым людям. Такой подвид туризма хорош тем, что он менее продолжителен, чем тот же паломнический туризм, а также может быть рассчитан как на взрослых, таких и на детей. Он не опирается на культовые праздники и может проводиться в любое время года. В нашем случае он подходит как для студентов первых курсов, так и для аспирантов и преподавателей.

Вариацией такого туризма может стать посещение мест, где проводили свои годы святые старцы. Их жизненные истории могут послужить хорошим примером не только здорового образа жизни, но и жизни в целом. Таких на

Донецкой земле было немало. Среди них, к примеру, преподобный Илия Макеевский.

Помимо прочего, религиозный туризм может оказывать воздействие и на физическое здоровье. Это, к примеру, могут быть крестные ходы. Крестный ход – это древняя традиция православных людей. Люди идут из храма в храм, направляясь к святому объекту (мощи святых, святые источники), неся кресты, иконы и другие культовые атрибуты [4]. К примеру, в Донецкой Народной Республике крестные ходы осуществляются с 2014 года, первый из которых был у Дома Правительства, где участвовали всего шесть человек. В настоящее время люди продолжают совершать крестный ход на более дальнее расстояние и в нем участвуют уже несколько десятков человек. Это мероприятие уже стало некой традицией, своеобразным обрядом: если люди видят крестный ход – значит, все будет хорошо. В 2018 году во время фестиваля кузнечного мастерства в Парке кованных фигур города Донецка была выкована часовня святых Кузьмы и Демьяна и крестный ход начал включать посещение этой часовни. Крестный ход может быть длительным и направляться не просто в соседний храм, а например, к источнику, который находится на холме леса или в ущелье гор.

В Донецком регионе есть два источника, вода которых почитается целебной. Недалеко от источников сооружены храмы, и эти места посещаются не только паломниками, но и просто туристами. На источниках сооружены крытые купальни, благодаря чему совершать омовения можно круглый год. При храмах ведется статистика посещений и случаев исцеления, однако никаких научных исследований в виду отсутствия средств нет. Но все, кто купался в этих источниках, чувствуют улучшение самочувствия, хотя есть мнение, что это всего лишь ощущения уже закаленных посетителей целебных вод. Один источник находится в городе Снежное (поселок Ремовка), а второй – в Тельмановском районе (село Коньково). В этом селе в храме хранится камень с отпечатком стопы по местному преданию самой Богородицы, а из места, где она ступила, забил родник, вода которого является целебной. Температура воды круглый год +10. Это место – одно из самых посещаемых во всем Донецком регионе [5].

Таким образом, религиозный туризм может стать эффективным инструментом в пропаганде здорового образа жизни среди молодежи и студентов. Он может помочь в поддержании не только физического, но и морального здоровья, воспитать силу воли и человеколюбие.

#### **Литература:**

1. Понимание секретов силы разума: взгляд квантовой физики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rus.telegram.ee/vaimsus/ponimanie-sekretov-sily-razuma-vzglyad-kvantovoj-fiziki>

2. Здоровый образ жизни: основные принципы и рекомендации врачей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zozhmania.ru/ozdorovlenie/zdorovyj-obraz-zhizni>.

3. Здоровьесберегающее образование: современные факторы развития: монография / Л.М. Алдарова, Н.К. Артемьева, С.П. Аршинник и др. / под ред. Н.И. Дворкиной, О.Г. Лызаря. – Самара: ООО «Офорт», 2016. – 205 с.

4. Когда будет Крестный ход в 2019 году, Великорецкий Крестный ход [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://luckclub.ru/kogda-budet-krestnyj-hod-v-2019-godu-velikoreckij-krestnyj-hod>

5. Коньково – целебный источник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://samomandria.com.ua/konkovo/>

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Л.А. Гремина, А.Ю. Полозова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В статье рассматриваются тенденции развития маркетинговой деятельности на туристическом рынке. Сегодня в России область туристического маркетинга следует рассматривать в двух аспектах: первый аспект – это система, ориентированная на стратегию и тактику активной адаптации к изменяющимся требованиям туристического рынка; второй аспект – взаимодействие основных элементов рынка: потребителя, товара, цены, рекламы, продаж и т. д. Одним из видов услуг в туризме, который расширяется, является маркетинг. Целью статьи является анализ основных тенденций в развитии использования маркетинговых технологии в сфере туристских услуг на основе как современных рыночных условий, так и изучения комплексных методов продвижения туристических направлений.

*Ключевые слова:* цифровой маркетинг, маркетинговые технологии, реклама, туристический продукт, туризм, традиционный маркетинг.

В современном мировом сообществе индустрия туризма занимает достаточно обширную, постоянно развивающуюся экономическую нишу. За последние двадцать лет многие страны Запада пополнили свое благосостояние именно за счет развития данной индустрии.

В Российской Федерации туризм не воспринимается как самостоятельный и равноправный сегмент экономики. Туристическая индустрия переживает период становления как в теоретическом смысле (как научная отрасль), так и в практическом. Одним из важнейших этапов развития туризма является маркетинговая составляющая: исследования, стратегия и планирование, но в сфере туризма данным этапам уделяется не достаточно внимания [1].

До появления Интернета туристы шли в местное туристическое агентство, чтобы забронировать себе поездку. Цены были очень линейными, так как практически не было конкуренции. Кроме того, авиабилеты можно было приобрести только через агентство. Чтобы сделать хорошую сегментацию своей общественности, туристическим компаниям недостаточно знать возраст, происхождение или социальный класс туристов. Сейчас речь идет о «гиперсегментации», то есть предоставлении каждому путешественнику того, что он ищет, создании гибких туристических продуктов, адаптированных к каждому профилю. Когда появился Интернет, авиакомпании начали продавать авиабилеты непосредственно пассажирам и необходимость в посредничестве

отпала. Кроме того, стала возникать очень высокая конкуренция, так как люди могли сравнивать цены и выбирать лучшую. Мы также должны иметь в виду, что сегодня туристы обладают огромным объемом информации, чтобы сделать лучшее решение о покупке. Существует бесчисленное множество веб-сайтов и каналов, где компании могут сообщать и сравнивать цены, и все это можно сделать одновременно на нескольких устройствах. Чтобы понять такое положение дел, мы изучим особенности маркетинговых методов и общепринятых практик, используемых на туристическом рынке, затем проанализируем новые тенденции маркетинга, которые благоприятствовали развитию использования маркетинговых технологий в сфере туристических услуг [4].

Туристической компании в современных условиях следует провести маркетинговые коммуникации не только с клиентами, но и с посредниками, с которыми она работает, а также с различными представителями общественности, которые так или иначе могут влиять на поведение потенциальных покупателей при выборе туристической компании. Наиболее полный набор коммуникаций, необходимых для успешного конкурентного существования фирмы на рынке, состоит из следующих компонентов: реклама, связи с общественностью или PR (public relations – общественные отношения), стимулирование продаж, личные продажи. Все эти виды коммуникаций одинаково важны для деятельности туристической компании, и если один из них развит очень хорошо в ущерб другим видам, это не всегда будет благоприятным для общего состояния дел организации. Так, например, уделяя большое внимание связям с общественностью, мы не должны забывать, что вместе с тем эта общественность должна быть хорошо информирована о себе, своих достоинствах и успехах. Информация (в ее глобальном смысле) происходит через рекламу, поэтому очень важно проводить все виды коммуникаций вдумчиво и тщательно. Степень важности компонентов коммуникации в разных фирмах на разных уровнях, что объясняется разными целями коммуникаций, в соответствии с условиями компании на рынке туристических услуг, жизнеспособность цикла конкретного туристского продукта и т. д. Несмотря на важность всех этих звеньев в цепи маркетинговых коммуникаций, реклама является наиболее значимым элементом этой цепи. Реклама в относительно короткие сроки может привлечь достаточно большую массу потенциальных потребителей, контактных аудиторий и общества в целом. В этом случае туристическая компания должна будет установить 4 основные цели рекламы своего бизнеса.

Задача 1-я – заинтересовать клиента извне. Часто турагентства обращаются в рекламные агентства с целью создания ярких и интересных рекламных щитов, привлекающих внимание.

Задача 2-я – постоянно напоминать об удобстве экскурсионного продукта, предоставляемого данной компанией.

Задача 3-я – организовать (облегчить) приобретение туристских услуг заказчиками.

Задача 4-я – заинтересовать потребителя выгодами рекламируемого турпродукта. Это может быть предложение горящих туров по очень низким ценам, подарки при покупке туров и т. д.

С помощью этого метода достигается реакция клиента на предложение компании. Для достижения этих целей коммуникационной политики часто используются инструменты различных элементов маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование продаж, участие в выставках, связи с общественностью и др., которые является основой построения рекламной кампании. Рекламное решение должно быть оригинальным, предлагать нестандартный подход к презентации товара, что позволит качественно выделить его среди остальных. Успешная идея также подразумевает, что навязчивая реклама имеет противоположный эффект, несмотря на признание компании-производителя и самого продукта, а без креатива обойтись невозможно.

Планирование и реализация рекламных кампаний представляют собой целостный процесс, включающий в себя ряд взаимосвязанных этапов: постановка целей; разработка рекламной привлекательности; подбор рекламных носителей; формирование рекламного бюджета; оценка эффективности рекламной деятельности.

Определение эффективности является необходимым условием правильной организации и планирования рекламной деятельности фирмы, рационального использования трудовых и материальных ресурсов, расходуемых на рекламу [3, 5].

Понятие эффективности рекламы имеет два значения: экономическая эффективность и психологическое влияние рекламы на покупателя (психологическая эффективность).

Экономическая эффективность рекламы – это экономический результат, полученный от применения рекламного носителя или организации рекламной кампании. Обычно он определяется соотношением между валовым доходом от дополнительного оборота (работ, услуг) в результате рекламы и расходов на него.

Психологическая эффективность – степень влияния рекламы на человека (привлечение внимания покупателей, запоминаемость, воздействие на мотив покупки и др.). Обе эти концепции тесно взаимосвязаны. Но критерии этих двух видов эффективности, естественно, различны – в первом случае это объем продаж, во втором – психологические особенности восприятия рекламы ее адресатом. Основным материалом для анализа экономической эффективности результатов рекламных мероприятий компании является статистические и бухгалтерские данные о росте товарооборота. На основе этих данных можно исследовать экономическую эффективность одного рекламного носителя, рекламной кампании и всей рекламной деятельности фирмы в целом. Измерение экономической эффективности рекламы представляет большие трудности, так как реклама, как правило, не дает полного эффекта сразу. Кроме того, рост товарооборота часто вызывается другими (не рекламными)

факторами – например, изменением покупательской способности населения из-за роста цен и т. д. Поэтому получить абсолютно точные данные об экономической эффективности рекламы практически невозможно.

Социальная эффективность рекламы связана с формированием новых потребностей, совершенствованием вкусов, искоренением вредных привычек и т. д. В туристическом бизнесе рекламу туристических направлений можно отнести к социальной рекламе, которая способствует продвижению отдельных городов и регионов на мировой туристический рынок. Простейшим методом определения экономической эффективности рекламы служит метод сравнения товарооборота до и после акции. Окончательные выводы об экономической эффективности рекламы получаются в результате сравнения дополнительной прибыли, полученной в результате рекламы, с расходами, связанными с его реализацией. Часто для оценки эффективности рекламной кампании используют метод опроса по телефону. Необходимо учитывать фактор сезонности, так как резкий рост звонков может быть обусловлен эффектом рекламы и с началом следующего туристического сезона [2].

По законодательству Российской Федерации комитеты по туризму не вправе зарабатывать средства на развитие, укрепление и поддержание туризма в регионах, поэтому они выступают за внесение изменений в закон о туризме, чтобы было возможным получать средства для рекламы, участия в выставках и на реализацию других целей. Основную и конкретную роль в поддержке и развитии туризма на международном и государственном уровнях играет государство. Опыт различных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается данная отрасль, насколько она пользуется поддержкой государства. В ряде стран были разработаны государственные программы по стимулированию въездного туризма, которые предусматривают льготы в налогообложении, упрощение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций в туризм, увеличение бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на иностранных рынках, подготовку квалифицированных кадров [4].

Для радио, телевидения и других средств массовой информации, таких как рекламные щиты, можно отслеживать ответы клиентов, используя различные показатели эффективности для каждого средства массовой информации или кампании. Анализ эффективности рекламной кампании является обязательной составляющей маркетинговой деятельности рекламодателя. Без оценки эффективности рекламных кампаний невозможно планировать будущие мероприятия по продвижению, рассчитывать бюджеты и выбирать медиаканалы. Нет универсального способа оценки эффективности рекламной кампании. Это связано с тем, что анализ рекламной кампании выявляет множество рыночных факторов, влияние которых на конечный результат невозможно точно определить. При оценке рекламной кампании, важно учитывать:

- характер и цели рекламной кампании (имиджевой или направленной на стимулирование продаж);
- количество используемых рекламных инструментов (media mix или отдельный вид рекламы);
- особенности используемых рекламных каналов;
- установленные показатели эффективности рекламной кампании (например, стоимость одного контакта с аудиторией или количество новых клиентов и т. д.);
- погрешность результатов исследования, проведенного при анализе рекламной кампании.

Выбранным методом оценки эффективности маркетинговой кампании будет экономическая эффективность рекламы, которая является экономическим результатом, полученным от использования рекламного носителя или организации рекламной кампании. Экономическую эффективность рекламы можно выразить через эффективность затрат на продвижение. Эффективность затрат – это отношение количественного выражения эффекта к затратам, вызвавшим этот эффект. Основная часть проблемы при оценке эффективности затрат на рекламу заключается в определении числителя дроби. Иногда этот тип эффективности также называют продажами, торговлей или коммерцией.

Убедительность рекламы должна быть оценена для определения того, влияет ли она на намерение потребителей приобретать продукцию у конкретного туристического продукта. Основная форма теста на убедительность или изменение отношения заключается в следующем: потребителей сначала спрашивают, что они могут купить. Затем им показывают рекламу торговой марки. После этого их снова спрашивают, что они намерены купить. Результаты анализируются, чтобы определить, увеличилось ли их намерение покупать в результате просмотра рекламы.

В отличие от традиционных форм национальной рекламы, воспринимаемой как навязчивая или прерывистая и с более высокой стоимостью рекламы, входящий маркетинг предназначен для потенциальных клиентов, которые уже достигли туристического сайта через исследования или социальные медиа или другие маркетинговые технологии. Входящий маркетинг имеет определенные преимущества. Основным преимуществом может быть возможность отслеживать потенциальных онлайн-клиентов и узнавать об их поведении и ответах на веб-сайт и содержание сайта путешествий. Этот тип «обратной связи» и данных может помочь инвесторам постоянно корректировать свой маркетинг, позволяя им лучше охватывать и привлекать посетителей [3].

Традиционно поставщики туристских услуг (гостиницы, рестораны, транспортные компании, музеи и т. д.) взаимодействовали с клиентами через посредников: туроператоров, турагентства, гостиничные сети, компьютеризированные сети бронирования. Сегодня появились виртуальные посредники – сайты гостиниц, авиакомпаний, туристических компаний. Это позволяет туристу непосредственно, без участия туристских фирм, получать

информацию и заказывать услуги в любом сочетании производителей и посредников. Индивидуальной оценки каждого рекламного канала недостаточно, так как информационный процесс пользователей в сети зачастую занимает несколько дней. Согласно исследованию рынка Google, процесс исследования путешествий занимает более 4 недель от первого поиска до бронирования.

Интернет предоставляет множество других способов продвижения туристической компании через официальный сайт, в том числе:

- размещение информации и баннерной рекламы на специализированных и универсальных сайтах;
- продвижение с помощью поисковых систем и каталогов (контекстная реклама);
- баннерная сеть;
- электронная форма маркетинга;
- обмен ссылками;
- номинальные параметры.

Все эти интернет-инструменты направлены на привлечение целевой аудитории и привлечение ее в качестве трафика на официальный сайт компании, где уже прибывшая целевая аудитория должна предпринять конкретные действия. Для руководства туристической компании важно понимать, что инвестиции в рекламную деятельность компании будут напрасными, если возникнут определенные проблемы с бизнес-процессами. Например, сайт не работает эффективно, плохо сделан, нет обратной связи от клиента. Таким образом, для туристических компаний реклама является важным инструментом продвижения на рынок с целью завоевания и удержания своих клиентов. Путешественники все чаще используют обзорные порталы и мнение пользователей в качестве инструмента принятия решений. Например, влияние сайтов обзора гостиниц и путешествий в процессе бронирования продолжает возрастать. Туристические компании имеют новые и разнообразные возможности для обращения к клиентам, это возможно в условиях, когда государства создают правильные условия для бизнеса. Ряд успешных политических кампаний показал интересные возможности для продвижения европейской культуры, языка и традиций [3].

С учетом того, что осуществление этой политики в различных странах осуществлялось в их собственных условиях, действительно существует необходимость применения более совершенных теорий управления наряду с практикой, с тем чтобы маркетинг туризма можно было легко понять и улучшить. Для понимания этих оценок необходимо провести глубокий анализ стратегий поощрения культурного наследия посредством туризма с использованием ИТ-технологий, используемых в настоящее время в Европе. Для продолжения анализа этих стратегий было проведено исследование культурных достопримечательностей в Европе. Основываясь на математическом анализе, называемом Байесовской сетью, это исследование приняло во внимание несколько критериев, таких как количество туристов и

количество страниц результатов поиска Google, чтобы измерить, в какой степени эти направления хорошо известны туристам.

Фактически, электронный туризм является ведущим сектором электронной коммерции в 2019 году. На его долю приходится около 60% мирового объема бизнеса. Туризм представляет собой одну из главных сил привлекательности территорий и, следовательно, мощный рычаг их экономического развития. Реклама туризма в Интернете сейчас очень эффективна, нужно только выбрать правильную стратегию и учитывать, что реклама в Интернете, как и любая другая, является сложной процедурой, а не разовым действием. Следует также понимать, что, как правило, туристы, а не специалисты, ищут информацию об отдыхе, поэтому туризм для граждан наиболее активно рекламируется. В основном, в поисковых системах, например на Яндексе, их чаще всего ищут по ключевым словам: «курорты», «визы», «паспорта», «авиабилеты», «гостиницы», «бронирование гостиниц».

Рекламные услуги, предоставляемые Интернетом сегодня, достаточно разнообразны. Рекламодателям может быть предложено создавать специальные интернет-сайты, размещать баннеры, видео, текстовую рекламу, гиперссылки, рекламу в глобальной системе, контекстную рекламу, рекламу в сетях. Одним из основных видов рекламы в Интернете была и остается баннерная реклама. Кроме того, при покупке рекламы в баннерной сети сложнее настроить показы на нужную целевую аудиторию (в данном случае, на туристических сайтах). На туристических объектах, как правило, можно разместить строковую информацию в базе туров. При этом у посетителей сайта есть возможность указать критерии поиска и в результате получить только список туров, которые соответствуют указанным критериям.

Но есть несколько простых приемов, которые позволяют увеличить отдачу от линейной информации и отличить вас от ваших конкурентов. Во-первых, попробуйте написать привлекательное название тура, потому что название и цена – это то, что пользователь видит в первую очередь. Лучше всего размещать самые интересные предложения в отдельных строках. Во-вторых, обратите внимание на сортировку предложений. Другой очень полезной рекламной площадкой для турфирм являются поисковые системы. Конечно, максимальная задача – найти свой сайт на первых позициях по всем интересующим вас запросам, причем бесплатно. В целом, инвестиции цифровых медиа ниже, чем в обычных СМИ. Новые информационные кампании в средствах массовой информации являются более простыми и быстрыми. Кроме того, цифровая кампания позволит профессионалам туризма практически мгновенно узнать свою аудиторию и узнать мнение своих клиентов [2].

Таким образом, успех туристического предприятия на международном рынке существенно зависит не только от таких базовых факторов, как: климатические условия, материально-техническая база туризма, безопасность и комфорт, туристическая инфраструктура, имеющиеся туристско-рекреационные ресурсы, организационное обеспечение и государственное

регулирование туризма и отдыха и т. д., но и в значительной степени от маркетинговых факторов, обеспечивающих создание экономически привлекательного туристического продукта для целевой аудитории в рамках маркетинговой стратегии. Маркетинговые технологии оказываются важным дополнением к коммуникационным устройствам компании. Необходимая оцифровка коммуникации поддерживает придание ей определенной видимости.

Концепция маркетинга взаимоотношений ориентирована на предоставление клиенту качественного сервиса. Мерой успеха его реализации является высокий уровень удовлетворенности клиентов на протяжении длительного времени. Туристическая фирма, которая реализует маркетинговую концепцию, стремится тем самым связать интересы развития, прибыль и т. д. с интересами потребителей туристических услуг, с их потребительским поведением. Если выбрана хорошая стратегия, то можно выйти на перспективу. При среднем бюджете компания может полагаться на естественные ссылки для обеспечения устойчивого выгодного позиционирования в результатах поисковых систем. Для больших бюджетов возможности всегда шире с точки зрения аудитории. Большие группы не скупятся на средства для обеспечения устойчивого присутствия и связи. Изучение внедрения этих маркетинговых технологий внутри туристической компании выявило бы эту очевидную сложность.

#### **Литература:**

1. Аширов Д.А. Управление персоналом. – М.: Проспект, 2015. – 432 с.
2. Бехешти С.А. Методологические подходы к моделированию смешанного стратегического маркетинга в туризме // Молодой ученый. – 2013. – №10. – С. 282-286. – URL: <https://moluch.ru/archive/57/7838/> (дата обращения: 26.04.2019).
3. Шаяхметова А.К. Анализ методов измерения эффективности рекламы // Молодой ученый. – 2015. – №11. – С. 1029-1033. – URL: <https://moluch.ru/archive/91/19941/> / (дата обращения: 26.04.2019).
4. Бисягин А.В. Предпринимательство. – М.: ИНФРАМ, 2017. – 607 с.
5. Эффективность рекламной деятельности гостиничного предприятия / Т.А. Самсоненко, С.Н. Симутина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 72-74.

## ОСОБЕННОСТИ ТРЕХЛЕТНЕЙ ДИНАМИКИ СПОРТИВНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ВЕДУЩИХ ЛЕГКОАТЛЕТОВ РОССИИ В БЕГЕ НА 800 м

Е.Н. Гулам, Г.А. Макарова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В работе проведен анализ трехгодичной соревновательной деятельности ведущих отечественных спортсменов-легкоатлетов, специализирующихся в беге на 800 м, в плане выявления основных факторов риска снижения уровня спортивных достижений организационного характера, не связанных с содержанием тренировочного процесса.*

***Ключевые слова:** спортсмены-легкоатлеты, бег на 800 м, спортивные результаты.*

Введение. После успешного выступления Ю. Борзаковского на Олимпийских играх в 2004 году, мы являемся свидетелями достаточно длительной стагнации спортивных достижений ведущих отечественных бегунов на 800 м в среднем на уровне 1 мин 51,46 сек [1]. В этой ситуации, естественно, необходим серьезный анализ результатов мониторинга спортивных достижений бегунов с разных позиций. Ранее, как правило, российская Федерация легкой атлетики проводила подобный анализ содержания процесса подготовки членов сборной команды страны в аспектах объемов нагрузок разной энергетической направленности, их соотношения на отдельных этапах годичного тренировочного цикла, показателей тестирования при проведении этапного контроля и т.п. [2-5]. В настоящее время аналитика содержания процесса подготовки стала фактически невозможной, поскольку каждый спортсмен тренируется под руководством своего тренера по индивидуальным планам, в закрытом режиме. То есть единственным доступным вариантом аналитики является изучение возможных негативных факторов, связанных с формированием сборных команд страны в возрастном плане и организацией соревновательных этапов подготовки.

Цель исследования. Учитывая это, мы сочли необходимым провести специальные исследования, основной целью которых являлся анализ организационных, то есть не связанных с содержанием тренировочного процесса, факторов риска снижения уровня спортивных достижений ведущих отечественных бегунов на 800 м. В качестве конкретных задач исследования были избраны следующие:

- установить различия в среднем возрасте пяти ведущих отечественных и зарубежных бегунов на 800 м;
- выявить различия в уровне спортивных достижений отечественных и

зарубежных спортсменов на уровне юниорских и молодежных команд;

- проанализировать трехлетнюю динамику средних внутригрупповых, средних индивидуальных и лучших индивидуальных спортивных результатов ведущих отечественных бегунов на 800 м;

- осцилляции результатов зимних и летних стартов, первой и второй половин соревновательных сезонов, отечественных и зарубежных соревнований.

Методы и организация исследований. С целью решения поставленных задач был проведен поиск релевантной информации в интернет-ресурсах. Проанализировано 80 спортивных результатов ведущих отечественных бегунов на 800 м [1] и более 60 результатов ведущих зарубежных спортсменов, специализирующихся в беге на этой дистанции [6].

Результаты исследований обрабатывали с помощью пакетов программ STATISTIKA-6.0 и IBM SPSS Statistics Base 21.

Полученные данные показали следующее.

Средний возраст пяти ведущих отечественных бегунов достоверно меньше, чем возраст ведущих зарубежных атлетов (соответственно 21 год у отечественных, 25 лет у зарубежных). Исходя из существующих возрастных градаций спортсменов, 2 из 5 отечественных бегунов на 800 м относятся к юниорам, 1 – к молодежи и только 2 – к взрослым атлетам.

При сравнении результатов отечественных юниоров с зарубежными отставание спортивных достижений практически отсутствует.

Средние внутригрупповые результаты лучших отечественных бегунов отчетливо отстают от средних результатов, показанных ведущими зарубежными атлетами (отечественные 1:49 – в 2013 г., 1:48 – в 2014 г., 1:49 – в 2015 г.; зарубежные 1:44 – в 2013 г., 1:44 – в 2014 г., 1:45 – в 2015 г.).

Динамика внутригрупповых достижений в зимних стартах носит осцилляторный характер. В период с 2013 по 2015 гг. из пяти российских спортсменов отчетливое улучшение результатов было зарегистрировано только у двух. Остальные показали диаметрально противоположные результаты.

Колебания спортивных результатов в зимних и летних стартах сугубо индивидуальны, однако в рамках летних соревнований, предусматривающих выход в следующий круг, осцилляции результатов у отечественных спортсменов не превышают 2 сек. В ряде случаев диапазон колебаний спортивных достижений в летних сезонах больше, чем в зимних, за счет увеличения числа «неудачных» стартов.

В связи с низким уровнем спортивных достижений на отборочных соревнованиях число зарубежных стартов у отечественных бегунов минимально, причем у 2 из них подобные старты за анализируемый период полностью отсутствовали. Различий в лучших результатах на внутрироссийских и зарубежных соревнованиях не зарегистрировано.

Основной проблемой, судя по полученным данным, является отсутствие в отечественной легкой атлетике взрослых бегунов на 800 м, показывающих спортивные достижения, которые позволяют достойно выступать на мировых

первенствах. В связи с этим на подобные соревнования направляются спортсмены из юниорского или молодежного составов, что может отрицательно повлиять на продолжительность их спортивной карьеры.

**Литература:**

1. Материалы сайта легкой атлетики России / URL: <https://www.rusathletis.ru> (дата обращения 16-18 мая 2017 г.).

2. Материалы сайта международной ассоциации легкоатлетических федераций / URL: <https://www.nastart.org> (дата обращения 14 сентября 2018 г.).

## ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ТРЕНИРОВОЧНОГО ПРОЦЕССА У БЕГУНОВ НА СРЕДНИЕ ДИСТАНЦИИ

Е.Н. Гулам, Г.А. Макарова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар, Россия

***Аннотация.** Согласно современным представлениям, с целью максимальной интенсификации тренировочного процесса у спортсменов, достигших околопредельных функциональных возможностей организма, и резко возросшим числом соревнований высокого ранга, в которых необходимо принимать участие на протяжении всего года, обоснован переход на блочный принцип построения круглогодичной тренировки.*

***Ключевые слова:** бегуны на 800 м высшей квалификации, новые подходы к организации и содержанию тренировочного процесса.*

В настоящее время, особенно после череды допинговых скандалов в легкой атлетике, проблема совершенствования организации и содержания тренировочного процесса высококвалифицированных бегунов на 800 м стоит как никогда остро. Необходимость почти полного исключения фармакологического сопровождения, к которому привыкли отечественные тренеры, ставит перед ними целый ряд новых задач, связанных с изменением подходов в организации годичного тренировочного цикла, в частности:

- уточнения факторов, лимитирующих уровень спортивных достижений у бегунов на 800 м высшей квалификации;
- переходом на блочный метод его построения;
- естественным повышением эффективности тренировочного процесса без запредельных объемов тренировочных нагрузок (которые влекут за собой перенапряжение отдельных органов и систем организма и в первую очередь – опорно-двигательного аппарата);
- необходимостью максимального использования сугубо педагогических средств постнагрузочного восстановления и др.

В подобной ситуации в первую очередь необходим анализ эволюции взглядов на организацию и содержание тренировочного процесса, что и являлось основной целью настоящего исследования. Для решения поставленных задач были изучены 72 литературных источника, из них 14 – зарубежных авторов.

Естественно, продолжительность мезоциклов может колебаться в зависимости от возраста, пола, спортивного стажа, уровня квалификации, слабых звеньев в системе подготовки (общефизическая, функциональная, техника и т.п.), количества отборочных стартов, ранга предстоящих соревнований и др.

Согласно мнению отечественных специалистов, совершенно очевидна только возможность уменьшения продолжительности фазы развития базовых функциональных возможностей организма, когда речь идет о спортсменах высшей квалификации. Что же касается решения трех последних задач (повышение специальных функциональных возможностей организма, специальной работоспособности, эффективной соревновательной производительности), то здесь, по мнению вышеуказанных авторов, речь должна идти не об уменьшении продолжительности соответствующих этапов подготовки, а о прогрессирующем возрастании интенсивности используемых тренировочных нагрузок и, как следствие, повышении уровня психофизической адаптации к ним.

Наиболее значимым, когда речь идет о необходимости прогрессирующего роста комплексной соревновательной деятельности, является период непосредственной подготовки к соревнованиям, продолжительность которого обычно составляет 6-10 недель. Ответственность данного периода определяется необходимостью, с одной стороны, вывести спортсмена на пик спортивной формы, а с другой стороны – исключить возможность любых видов перенапряжений, в первую очередь перенапряжения центральной нервной системы.

Согласно мнению специалистов, кроме общих принципов организации и содержания тренировочного процесса при блочном методе его построения, особое значение имеют индивидуальный выбор нагрузок, который должен базироваться на результатах специального тестирования спортсмена (они позволяют выявлять слабые звенья в системе подготовки и определять мощность нагрузок при использовании интервальных тренировок), а также степени подготовки спортсмена к оптимальному варианту прохождения соревновательной дистанции.

#### **Литература:**

1. Бондарчук А. П. Общебиологические основы спортивной тренировки и периодизация спортивной тренировки в свете современных знаний о достижении состояния спортивной формы // Олимпийский бюллетень. – 2013. – № 14. – С. 116-131.
2. Иссурин В.Б. Блочная периодизация спортивной тренировки: монография. – М.: Советский спорт, 2010. – 288 с.
3. Платонов В.Н. Теория периодизации спортивной тренировки в течение года: история вопроса, состояние, дискуссия, пути модернизации // Теория и практика физической культуры. – 2009. – № 9. – С. 18-24.

## РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

А.С. Гусак, О.Э. Кириенко, А.В. Таран

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе ДНР», г. Донецк

***Аннотация.** В представленной статье исследован туристско-рекреационный потенциал ДНР, определена роль государства в его реализации; сделан акцент на национальных парках как наиболее привлекательных с точки зрения туризма территориях; разработаны предложения по их эффективному использованию.*

***Ключевые слова:** природные территории, устойчивое развитие, управление природопользованием, социально-экономическое развитие, национальный парк, рациональное природопользование, туризм, рекреационная зона, туристско-рекреационный потенциал.*

В современных условиях повышается социально-экономическое значение туризма, развитие которого характеризуется активизацией поступления денежных доходов в бюджет, увеличением занятости населения, развитием сферы услуг, смежных отраслей индустрии туризма. Возможность развития туристского рынка определяется наличием имеющегося потенциала туристско-рекреационных ресурсов, который включает в себя природные комплексы, туристско-исторические достопримечательности, туристскую инфраструктуру, трудовые ресурсы, материально-техническую базу. Развитие внутреннего туризма предполагает использование территорий республиканских парков как части туристско-рекреационного потенциала.

В условиях, когда Донецкая Народная Республика переживает период становления как политико-территориальный субъект, необходимо особое внимание уделить повышению туристской аттрактивности территорий посредством использования существующих рекреационных зон в качестве туристических объектов.

Актуальность данной темы обусловлена наличием туристических объектов в регионе, необходимостью внедрения эффективных стратегий их развития, которые будут способствовать развитию туристической сферы на данной территории.

Высокая потребность населения в восстановлении духовных и физических сил, появившиеся сложности в реализации выездного туризма большей части населения – одни из главных причин необходимости развития и использования рекреационного потенциала для развития внутреннего туризма в регионе. Работы таких ученых, как Букреев И.А., Путинцева Н.Н., Медведева Л.Л., Алексеева М.А. и др. [1, 2, 3, 4] раскрывают данную проблему и

напрямую связаны с развитием туристско-рекреационной сферы в условиях сложного экономического развития.

Целью исследования является оценка современного состояния туристического потенциала рекреационных территорий региона, разработка предложений по развитию национальных парков на региональном уровне.

Рекреационный потенциал – это совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории [5].

Территория региона имеет потенциал, выражающийся в совокупности ресурсов и условий для ее освоения в различных отраслях хозяйственной деятельности. Потенциальные возможности территории реализуются через общественные потребности, которые проявляются в форме различных видов природопользования. Разнообразие видов природопользования на определенной территории зависит от ее ресурсной обеспеченности и условий их освоения, структуры и характера общественных потребностей, видов сложившихся общественных потребностей и величины территории. Множественность потенциалов территории проявляется в разнообразии форм природопользования.

В связи с этим рекреационный потенциал представляет собой один из видов потенциальных возможностей использования территории [5].

Потенциал Донецкой Народной Республики в плане развития туризма и рекреации имеет достаточный уровень. Туризм в зоне военного конфликта возможен, эта отрасль в экономике ДНР существует и постепенно набирает обороты. Донецкая область до войны обладала значительным рекреационным потенциалом. В его состав включались три рекреационные зоны: Приазовская, Славяногорская и Краснолиманская, в которых действовало более 50 пансионатов и санаториев. Для Донбасса характерен благоприятный климат, что в сочетании с наличием выхода к морю делало регион достаточно привлекательным для внутреннего туризма.

Военные действия и раздел территории области существенно повлияли на рекреационные возможности ДНР. От трех вышеупомянутых зон в Республике осталась только незначительная часть Приазовской, на подавляющей территории которой ведутся активные боевые действия. Однако и это не мешает тысячам людей ежегодно устремляться на Азовское побережье, в связи с этим поселок городского типа Седово сегодня по праву может считаться туристической столицей молодого государства [6].

Одним из приоритетных видов туристской деятельности, оказывающим значительное влияние на экономическую, социальную, культурную сферы региона, является внутренний туризм. Важной проблемой развития туризма, в том числе и внутреннего, в Донецкой Народной Республике является недостаточное правовое обеспечение этой сферы деятельности. В настоящее время проводится работа над совершенствованием законопроекта «Об основах туристской деятельности ДНР», решаются вопросы, касающиеся легализации компаний, предоставляющих туристические услуги на территории региона.

Туристские компании на территории региона работают сейчас в условиях ограниченного обеспечения нормативно-правовыми актами.

Не вызывает сомнения, что социально-экономические факторы развития общества во многом влияют на уровень жизни людей, их духовные интересы и предпочтения, в том числе и на тенденции в сфере развития рекреационного комплекса. Одной из основных задач развития Донецкой Народной Республики является стабильное улучшение качества жизни всего населения. Несмотря на военные действия, базовой основой для достижения поставленной цели должно стать социально-экономическое развитие региона. Только в условиях экономического подъема возможен рост доходов жителей и бюджета Республики, которые определяют материальную составляющую качества жизни населения.

Развитие внутреннего туризма должно быть направлено на доступность этого вида туризма для граждан региона. Одним из важных условий развития внутреннего туризма является эффективное использование туристско-рекреационного потенциала, в частности, использование территорий национальных парков. Острая потребность в решении этих проблем основана на спросе населения на восстановление здоровья, духовных и физических сил.

Краткая характеристика парков и заповедника, имеющих на территории ДНР, представлена в таблице.

Рациональное и эффективное использование территорий парков даст возможность влиять на процессы развития внутреннего туризма путем создания условий для развития соответствующей инфраструктуры, обеспечения высокого уровня обслуживания, активизации предпринимательской активности местного населения. Организация туристской деятельности предполагает разработку и реализацию продукта, необходимого для развития рекреационной структуры данных территорий с учетом установления системы регулирования потока посетителей, для исключения отрицательного воздействия на природные условия парка.

Туризм является одной из главных составляющих в деятельности парков и, как правило, осуществляется под руководством органов государственной власти. В связи с этим важное значение в решении этих задач принадлежит вопросам построения партнерских отношений с местными органами власти и со специализированными коммерческими структурами.

Одним из уникальных мест ДНР является Республиканский ландшафтный парк «Зуевский», расположенный вблизи города Харцызск. РЛП «Зуевский» был создан в 2002 году с целью сохранения живописного, привлекательного для отдыха ландшафта [8].

Для решения проблемы эффективного использования территории парка и обоснования стратегии развития туризма в этой области необходимо рассмотреть сильные и слабые стороны, т.е. характеристики, которые способствуют и препятствуют развитию внутреннего туризма.

Таблица – Рекреационные места отдыха ДНР

Название	Характеристика
1. Республиканский ландшафтный парк «Донецкий кряж»	Территория парка является уникальной и представляет собой типичную местность разнотравно-типчачково-ковыльной степи с массивами байрачных лесов в устьях балок, а также с участками искусственно созданных лесных культур и возвышенностью Саур-Могила. С высоты смотровой площадки открывается пейзаж Донецкого кряжа с чередованием степных участков, байрачных лесов и расположенных вдоль рек.
2. Биосферная особоохраняемая природная территория республиканского значения «Хомутовская Степь – Меотида»	«Хомутовская Степь – Меотида» расположена в Приазовье (район Новоазовска, Седово), занесена в список природных памятников ЮНЕСКО. «Хомутовская степь» – ботанический заповедник, оставшаяся территория необъятного Дикого поля, занимавшего южную часть Украины. На территории степи растут 546 видов растений (из которых 50 редких и эндемичных, 15 из них занесены в Красную книгу), а также проживает целый ряд редких животных и птиц [7].
3. Республиканский ландшафтный парк «Зуевский»	С возникновением линии разграничения множество любителей активного отдыха стали заново открывать для себя данную территорию. Вокруг поселка Зуевка (относится к городу Харцызску) поднимаются скалистые холмы, где тренируются альпинисты. Неподалеку расположены два водохранилища – Ханжонковское и Ольховское. В состав РЛП «Зуевский» включены следующие естественные территории: урочище «Липовое», Ханжонковское и Ольховское водохранилища с близлежащими охраняемыми территориями, балка около села Медвежье, Зуй-Гора, долины рек Крынка и Ольховка, выходы скальных отслаиваний, лесные массивы Макеевского лесничества. Здесь также находится лагерь здоровья «Зуевка», где каждый желающий может пройти оздоровительный курс, цена которого сравнительно невысока [6].

Достаточная изученность РЛП «Зуевский» в отношении биологического, ландшафтного и культурно-исторического разнообразия служит основой для принятия решений при планировании и развитии внутреннего туризма. Уникальные природные ресурсы, благоприятная экологическая обстановка, близкое расположение к городской сети, наличие водоемов – все это может способствовать развитию экологического, экстремального туризма, а также активного отдыха для различных слоев населения. Штат высококвалифицированных специалистов парка в сфере охраны природы и экологического просвещения с учетом их знания и опыта может быть использован при формировании туров с посещением ландшафтного парка, что представляет определенную ценность для туроператоров и турагентств, работающих на рынках внутреннего и въездного туризма. Накопленный опыт способствует тому, что у руководства парка есть понимание специфики туристской отрасли и сложностей, связанных с развитием туризма в конкретном парке.

К характеристикам, препятствующим разработке стратегии развития внутреннего туризма, можно отнести следующее: недостаточная развитость инфраструктуры данной территории, способствующей реализации турпродукта в парке, неразвитость гостиничного сектора, низкая активность местного населения в сфере туризма, отсутствие разработанного турпродукта и маркетинговой программы.

Проблема рекреационного рынка связана с тем, что турпродукт недостаточно разработан и практически не продвинул даже в России, не говоря уже о других странах и регионах, в том числе ДНР. Это задача сложная, дорогостоящая и предполагает не просто рост рекламной активности, а привлечение инвестиций, обновление основных фондов, улучшение сервиса, повышение квалификации кадров. Кроме того, необходимы разработки и проведение рекламно-информационных мероприятий по продвижению туристского продукта, разработки и реализации предложений по формированию инвестиционной политики в этой сфере [9].

Стратегия эффективного и рационального использования туристско-рекреационного потенциала должна быть направлена на ускоренное социально-экономическое развитие региона. Создание условий для развития туризма и отдыха в контексте устойчивого развития региона может проходить в следующих направлениях (рис.).

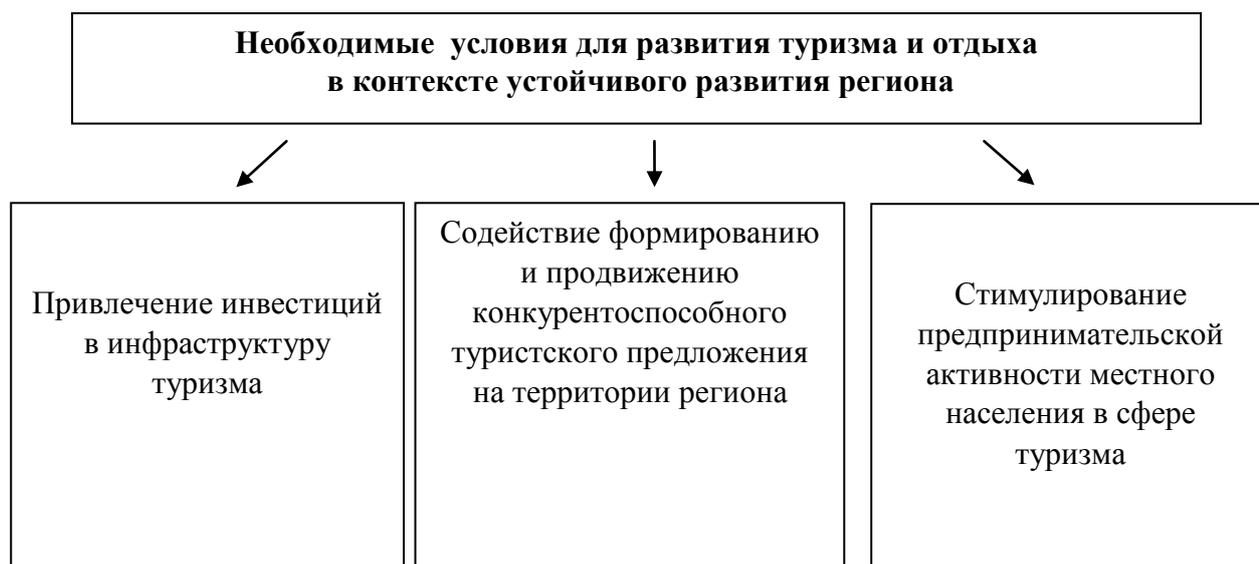


Рисунок – Условия развития туризма и отдыха в контексте устойчивого развития региона

Важное значение в развитии туризма приобретает поддержка государства и степень его участия в разработке и реализации программ стимулирования внутреннего и въездного туризма.

Одним из механизмов привлечения инвестиций является реализация программ развития внутреннего туризма на условиях государственно-частного партнерства [10]. Использование государственно-частного партнерства как

формы взаимодействия государства и бизнеса даст возможность субъектам взаимоотношений реализовать свои функции на взаимовыгодных условиях.

Мировой опыт применения механизма государственно-частного партнерства свидетельствует об эффективности данного инструмента социально-экономического развития. Необходимость государственного участия в развитии сферы туризма обусловлена высокой степенью затрат и большим сроком окупаемости при строительстве инфраструктуры туризма.

Примерами государственно-частного партнерства являются создание объектов туристской инфраструктуры в национальных парках на условиях концессии в ЮАР, строительство Диснейлэнде в Париже [11]. Благодаря эффективному использованию инструмента государственно-частного партнерства, Турции удалось стать абсолютным лидером на туристском рынке Средиземноморья. Одним из направлений сотрудничества в области создания объектов туристической и развлекательной инфраструктуры Турции является использование таких инструментов стимулирования, как устранение законодательных препятствий для активного участия предпринимательского сектора в развитии инфраструктуры туризма. К таким инструментам можно отнести льготные условия аренды земли на 49 лет; льготные тарифы на газ, воду, электроэнергию; льготные ставки по кредитам; отмена НДС на 5 лет, отмена таможенных пошлин и др. В результате государственно-частного партнерства были образованы особые экономические зоны, наиболее благоприятные для развития туризма.

С целью привлечения инвестиций для повышения привлекательности национального парка можно более эффективно использовать механизм сдачи в аренду земельных участков, объектов, зданий и сооружений, а также туристских маршрутов.

Стимулирование предпринимательской активности местного населения происходит путем информирования о возможностях бизнеса в сфере туризма на территории национального парка, а также непосредственно путем привлечения местных жителей к обслуживанию посетителей парка в рамках отдельных совместных проектов. К стимулирующим мероприятиям также относятся введение льгот в сфере налогообложения, реализация обучающих программ и программ технической помощи, льготное кредитование.

Создание условий для развития туризма на территории национального парка и в его окрестностях невозможно без активной позиции региональных и местных органов власти. Местные органы власти заинтересованы в развитии туризма гораздо больше, нежели сами национальные парки, так как развитая туристская инфраструктура помогает создавать новые относительно хорошо оплачиваемые рабочие места в условиях безработицы и низкого уровня денежных доходов сельского населения.

На местном уровне необходимо формировать партнерство с органами власти и управления путем их привлечения к деятельности общественных советов, а также к созданию и внедрению плана управления национальным парком. Дело в том, что местные органы власти и управления обладают

механизмами, обеспечивающими правовую поддержку создаваемым программам развития регулируемого туризма, они способны оказать правовую и экономическую помощь местному населению, заинтересованному в получении доходов в этой сфере. Органы местного самоуправления в содружестве с национальным парком и структурами по поддержке предпринимательства могут разработать обучающие программы для местного населения, обеспечить льготное финансирование совместных проектов в сфере туризма, оказать содействие в формировании рынка сельхозпродукции для последующей реализации туристам, обеспечив, таким образом, сельскому товаропроизводителю существенное увеличение местного рынка сбыта.

В компетенции региональных и местных органов власти находятся также вопросы о предоставлении некоторых налоговых льгот, которые могут быть использованы в качестве механизма стимулирования предпринимательской активности местного населения, а также способы повысить инвестиционную привлекательность территории национального парка.

Для разработки и реализации проектов привлечения инвестиций необходимо привлекать специалистов местных и региональных администраций, институциональных структур по поддержке и развитию малого и среднего бизнеса, образовательных организаций. Для инвесторов местная администрация, как правило, выступает еще и гарантом безопасности участия в конкурсе.

Открытость и прозрачность конкурсных процедур, а также коллегиальная форма вынесения решений по проектам лицензиатов являются непременными условиями в том случае, если национальный парк заинтересован в общественной поддержке своих инициатив.

Таким образом, национальный парк может частично переложить задачу по созданию условий для регулируемого туризма и отдыха на местные органы власти и управления, а также на частный сектор и сконцентрировать свое внимание на экологическом мониторинге [12].

*Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении (по данной проблеме).* Следует отметить, что туристический и рекреационный потенциал ДНР, даже в условиях боевых действий и раздела территории, все же остается значительным. Эта сфера не меньше других нуждается в выверенном подходе к развитию, так как возможность полноценного отдыха и получения удовольствия от жизни должна быть у каждого человека. Кроме того, природные богатства региона необходимо не только оберегать, но и приумножать, а значит, следует прилагать все усилия к сохранению тех природных парков, заповедников и других достопримечательностей, которые имеются на территории ДНР. Необходима разработка комплексной программы по их поддержке и развитию, которая должна быть утверждена и реализована на государственном уровне. Кроме этого, следует провести систематизацию и обеспечить контроль за сохранностью всех природных богатств, которыми наделена территория региона.

## Литература:

1. Букреев И.А. Повышение конкурентоспособности рекреационно-туристской отрасли региона // Молодойвчений: электронный журнал. – 2013. № 1 (01). [Электронный ресурс]: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/povysheniekonkurentosposobnosti-rekreatsionno-turistskoj-otrasliregiona>
2. Путинцева Н.Н. О стратегии повышения эффективности использования рекреационного потенциала региона // ИНТЕРЭКСПО ГЕО-СИБИРЬ: электронный журнал. – 2006. Том 6. [Электронный ресурс]: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-strategii-povysheniya-effektivnosti-ispolzovaniya-rekreatsionnogopotentsiala-regiona>
3. Медведева Л.Л. Пути повышения использования потенциала туристско-рекреационных особых экономических зон для решения задач эффективного управления развитием регионов // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 3-1. – С. 148-153.
4. Алексеева М.А. Стратегия повышения эффективности использования рекреационного потенциала региона: на примере региона Кавказских Минеральных Вод: дис. ...канд. эк. наук. – Кисловодск, 2002. – 119 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/strategiya-povysheniya-effektivnosti-ispolzovaniya-rekreatsionnogo-potentsiala-regiona>
5. Рекреационный потенциал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://geolike.ru/page/gl\\_4819.htm](http://geolike.ru/page/gl_4819.htm)
6. Туризм в ДНР и рекреация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://delovoydonbass.ru/news/economy/potentsial\\_ekonomiki\\_dnr/](http://delovoydonbass.ru/news/economy/potentsial_ekonomiki_dnr/)
7. Где отдыхают в «ДНР» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnews.dn.ua/news/626679>
8. Республиканский ландшафтный парк «Зуевский» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://vk.com/park\\_zuevka](https://vk.com/park_zuevka)
9. Оценка рекреационного потенциала города [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://earthpapers.net/otsenka-rekreatsionnogo-potentsiala-goroda-krasnodara>
10. Кабашкин В.А. Перспективы развития государственно-частного туризма в сфере спорта и туризма в регионах России / В.А. Кабашкин, Д.К. Тарасенко // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – №22. – С. 27-33.
11. Власова Т.И. Роль туризма в модернизации экономики российских регионов / Т.И. Власова // Материалы международной научно-практической конференции. – Петрозаводск-Кондопога, 8-10 июня 2010 г. – С. 49-52. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/vlasova3.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/vlasova3.htm)
12. Создание условий для развития туризма и отдыха [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.biodiversity.ru/publications/books/tourism/p9.html>

## ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Е.Н. Довгаленко, Л.А. Овчаренко

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики», ДНР, г. Донецк

*Аннотация.* В работе раскрыто понятие «государственно-частное партнерство», определена его роль в социально-экономическом развитии регионов, а также проведен анализ мирового опыта государственно-частного партнерства в туристической сфере с точки зрения его имплементации в условиях Донецкой Народной Республики.

*Ключевые слова:* государственно-частное партнерство, туризм, регион, инфраструктура.

Туристический бизнес является одной из самых высокодоходных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Донецкий регион обладает достаточным туристско-рекреационным потенциалом. На территории ДНР имеется большое количество культурно-исторических и природных достопримечательностей, которые делают Республику привлекательной для туристов, несмотря на политическую нестабильность в регионе. Однако в ДНР имеются значительные проблемы, являющиеся сдерживающими факторами развития туризма в регионе. Один из основных негативных факторов – недостаточно развитая туристско-рекреационная инфраструктура. Для устранения данной проблемы государство должно активно принимать участие в повышении туристической привлекательности Донецкой Народной Республики за счет создания современной развитой туристско-рекреационной инфраструктуры. Государственно-частное партнерство может стать инструментом реализации данной стратегии и фактором развития внутреннего и въездного туризма в ДНР.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) рассматривается как способ развития общественной инфраструктуры, который базируется на средне- и долгосрочном взаимодействии бизнеса и государства для решения проблем на взаимовыгодных условиях [1].

ГЧП является эффективным способом привлечения инвестиций частных лиц. С юридической точки зрения ГЧП – это форма взаимодействия частных лиц и определенного публично-правового образования, которые строятся на концессионном соглашении [2]. Взаимоотношения между государством и частными инвесторами предполагают под собой распределение рисков между ними.

Основными принципами государственно-частного партнерства являются:

- участниками юридически оформленного договора являются частные лица и государство;
- продолжительный характер партнерства;
- стороны соглашения ответственны перед друг другом;
- ресурсы и вклады сторон консолидируются на основе ГЧП;
- партнерство имеет четко выраженную публичную направленность;
- взаимоотношения участников имеют равноправный характер: финансовые риски и расходы, а также прибыль распределяются между партнерами в обговоренных пропорциях [3].

Наиболее распространенными моделями ГЧП на мировом уровне являются:

- концессионное соглашение, предусматривающее передачу права собственности государства объекту соглашения на определенный срок с целью повышения эффективности использования инфраструктуры. Частная сторона в соответствии с заранее установленными в договоре условиями выплачивает определенную сумму;

- контракт, применяемый при оказании услуг по управлению государственными учреждениями и поддержанию их жизнедеятельности, при проведении мероприятий по предоставлению и улучшению качества социальных услуг;

- аренда, отличительной особенностью которой является предоставление частному инвестору возможности временно пользоваться объектом государственной собственности на заранее оговоренных условиях, закрепленных в договоре [4].

Наиболее показательный опыт государственно-частных партнерств наработан в Великобритании. Механизм ГЧП в данной стране используется более 25 лет и рассматривается как соглашение, характеризующееся совместной работой частных лиц и публичного сектора. В 1992 году правительство Дж. Мейджора приняло новую стратегию реализации государственных проектов – частную финансовую инициативу (PFI). Она послужила толчком к быстрому развитию механизма ГЧП по всему миру [4].

Обычно соглашения частной финансовой инициативы носят долгосрочный характер и заключаются на 25-30 лет (в зависимости от типа проекта). В течение срока действия соглашения партнер строит, финансирует и управляет созданным объектом, на базе которого предоставляются определенные услуги, ранее оговоренные государственным сектором в контракте.

В качестве примеров ГЧП в туризме можно привести, например:

- 1) совместно с национальными ассоциациями государственное Агентство по продвижению туризма Венгрии разработало маркетинговую стратегию, направленную на туры в соседние страны с минимальным затрачиваемым на перелет (переезд) временем;

- 2) совместно с компанией «VISA card» корейская туристская организация разработала программу скидок для пользователей карт VISA. Они

могут воспользоваться скидками (от 5% до 50%) на услуги торговых центров, ресторанов, парков развлечений и других туруслуг [5].

Однако существуют более яркие примеры государственно-частного партнерства в сфере туризма. Например, в Турции и Египте вся туристско-рекреационная инфраструктура в свое время была создана в кратчайшие сроки именно благодаря продуманной государственной политике и государственно-частному партнерству.

В ДНР 11 августа 2017 года принят закон «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве» [6]. Данный закон направлен на привлечение инвестиций в экономику Донецкой Народной Республики. «Основными целями государственно-частного партнерства являются привлечение в экономику Республики частных инвестиций, объединение ресурсов и распределение рисков партнеров для реализации инвестиционных проектов и республиканских программ, имеющих важное государственное и общественное значение» [6]. Закон может также рассматриваться как базис для формирования в регионе современной туристско-рекреационной инфраструктуры при условии его доработки и принятия ряда других законодательных и нормативно-правовых актов.

Мировая практика показывает, что ГЧП дает возможность эффективно бороться с коррупцией и экономить бюджетные средства. Партнерство выгодно сказывается на развитии экономики. Правильно выстроенное партнерство государства и бизнеса ведет к росту качества продукции и услуг, к снижению нагрузки на бюджет, открывает доступ к альтернативным источникам капитала, высвобождает дополнительные ресурсы, что позволяет создать новые рабочие места и реализовывать проекты, которые были невозможны ранее. Частные инвесторы, в свою очередь, могут рассчитывать на гарантированную рентабельность. Кроме этого, участие в ГЧП позволяет им обеспечить долгосрочное и устойчивое развитие бизнеса. Практика ГЧП может быть применена и в ДНР, в том числе и в туристско-рекреационной сфере, что не только решит проблему отдыха населения в регионе, но и повысит туристскую привлекательность Республики в целом, станет фактором развития въездного туризма.

#### **Литература:**

1. Государственно-частное партнерство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dal.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/631221>

2. ГЧП – это государственно-частное партнерство. Понятие, формы и области применения государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessman.ru/gchp---eto-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-ponyatie-formyi-i-oblasti-primeneniya-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva.html>

3. Государственно-частное партнерство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/114/30262/>

4. Модели государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/modeli-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-1>

5. Государственно-частное партнерство в туризме. Туристско-рекреационные особые экономические зоны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studopedia.ru/8\\_170702\\_investitsionnaya-politika-zheleznodorozhnoy-transportnoy-kompanii-na-primere-oao-rzhd.html](https://studopedia.ru/8_170702_investitsionnaya-politika-zheleznodorozhnoy-transportnoy-kompanii-na-primere-oao-rzhd.html)

6. Закон «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-gosudarstvenno-chastnom-i-munitsipalno-chastnom-partnerstve/>

7. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме / И.М. Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская Е.Л., Я.В. Коробенко // Финансовая экономика. – 2019. – № 1. – С. 353-355.

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДНР НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Е.Н. Довгаленко, В.Г. Шепилова

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк

***Аннотация.** В статье исследованы особенности опыта государственного регулирования развития туризма в Италии. Проанализированы страны – лидеры по международным туристическим прибытиям и страны – лидеры по доходам от международного туризма. Рассмотрены основные направления стратегического плана развития туризма «Италия-2020». С учетом зарубежного опыта государственного регулирования туристской деятельности разработаны предложения по развитию туризма в Донецкой Народной Республике.*

***Ключевые слова:** туризм, Enit, внутренний туризм, туристские прибытия, продвижение туризма, Италия.*

Туристический бизнес в последние годы развивается стремительными темпами во всех странах мира. Изучение зарубежного опыта развития туризма позволит разработать предложения по использованию подходов к государственному регулированию в туризме на региональном уровне. Для привлечения туристов и для получения доходов от международных туристических прибытий любое высокоразвитое государство должно инвестировать значительные средства в исследование своих местностей с целью оценки туристского потенциала страны. Исследование перспективы развития туризма в ДНР на основе зарубежного опыта является актуальным.

Проблемам и перспективам развития туризма на международном уровне посвящено значительное количество работ. В статье Артемовой Е.И., Цаценко Н.А. проанализирован международный опыт в сфере управления и развития туризма и рассмотрено место России в мировой туристической индустрии [1]. Работа автора Леонидовой Е.Г. посвящена стимулированию развития внутреннего туризма с учетом отечественного и зарубежного опыта [2]. Автором Клименко Д.А. выявлены и проанализированы главные составляющие структуры имиджа государства и перечислены основные технологии его продвижения через существующие институты культуры, торговли, туризма, а также через национальных представителей Италии [3]. Все авторы уделили внимание вопросам развития и продвижения въездного туризма.

Целью исследования является разработка предложений по развитию туризма в Донецкой Народной Республике на основе анализа особенностей зарубежного опыта государственного регулирования развития туризма в Италии.

Италия как крупнейший центр въездного туризма входит в ТОП-10 стран

по основным показателям развития туризма: прибытиям, доходам и расходам на международный туризм. Согласно районированию ЮНВТО страна относится к макрорегиону «Европа» и мезорегиону «Южная» и «Средиземноморская Европа», которые являются зоной интенсивного развития туризма [4].

Министерство туризма Италии существовало до 1993 г. и было упразднено в результате референдума. В Италии действует официальная государственная организация – Национальное агентство Италии по туризму (ENIT), которая подчиняется Департаменту по туризму и полностью финансируется из государственного бюджета. Департамент по туризму является главным государственным органом управления туризмом и находится в структуре Министерства промышленности.

Руководящими органами ENIT являются президент (назначается распоряжением председателя Совета министров страны), административный совет и ревизионная комиссия. В структуре ENIT выделяют отделы исследований, программирования и маркетинга, информатики и информатизации, рекламы и средств массовой информации, внешних связей, планирования и методики.

Национальное агентство по туризму ENIT занимается продвижением всех видов национального турпродукта в сфере туризма, представляет за рубежом национальные и региональные туристические ресурсы Италии, и, в частности, ее художественные ценности, природные, экологические, исторические и культурные богатства; оказывает поддержку и услуги итальянским туристическим компаниям для успешного коммерческого выхода на зарубежные рынки. Кроме того, ENIT занимается исследованиями международного рынка, делая акцент на тенденциях спроса в сфере индивидуального и группового туризма; анализирует динамику туристского спроса за рубежом и разрабатывает стратегии дальнейшей работы совместно с основными действующими государственными и частными субъектами в туризме (Министерство экономического развития, Министерство иностранных дел, региональные власти, государственные организации, компании и ассоциации, оказывающие туристические услуги) [5].

Важнейшими показателями туристских потоков по внутреннему и внешнему туризму являются показатели количества прибытий и продолжительность пребывания туристов в стране.

Страны-лидеры по международным туристическим прибытиям в 2016-2017-х гг., по данным ЮНВТО, представлены в табл. 1 [6].

По данным ЮНВТО, в 2017 г. международные туристские прибытия в Италию составили 58,3 млн. чел, по этому показателю Италия заняла 5-е место в мире (табл. 1) [6].

Наиболее посещаемыми регионам Италии являются Северо-Восточный, Центральный, Флоренция и Ломбардия. Это объясняется, с одной стороны, значительной рекреационно-ресурсной базой, а с другой – высоким экономическим потенциалом указанных регионов. Большинство туристов,

приезжающих в Италию, это граждане соседних стран: Германии, Франции, Австрии и Швейцарии, однако более половины из них – это однодневные гости или транзитные пассажиры. Немцы лидируют не только по количеству, но и по продолжительности пребывания в стране.

Таблица 1 – Страны – лидеры по международным туристическим прибытиям в 2016-2017-х гг.

Страны	Общее количество туристов, посетивших страну (млн. чел.)		Изменения (млн. чел)
	2016 г.	2017 г.	
Франция	82,7	86,9	4,2
Испания	75,3	81,8	6,5
США	75,9	н. д.	—
Китай	59,3	60,7	1,4
Италия	52,4	58,3	5,9
Мексика	35,1	39,3	4,4
Великобритания	35,8	37,7	1,9
Турция	30,3	37,6	7,3
Германия	35,6	37,5	1,9
Таиланд	32,6	35,4	2,8

Страны – лидеры по доходам от международного туризма в 2016-2017 гг., по данным ЮНВТО, представлены в табл. 2 [6].

По данным ЮНВТО, в 2017 г. доходы от туризма в Италии превысили 44 млрд. долл. США, по этому показателю Италия заняла 6-ю позицию в мире (табл. 2) [6]. Согласно статистике, популярность итальянского направления у мировых туристов значительно выросла, и это повлекло рост целого ряда показателей в туристической отрасли страны.

Таблица 2 – Страны – лидеры по доходам от международного туризма в 2016-2017-х гг.

Страны	Поступления от международного туризма (млрд. долларов)		Изменения (млрд. долларов)
	2016г.	2017 г.	
США	206,9	210,7	3,8
Испания	60,5	68	7,5
Франция	54,5	60,7	6,2
Таиланд	48,8	57,5	8,7
Великобритания	47,9	51,2	3,3
Италия	40,2	44,2	4,0
Австралия	37	41,7	4,7
Германия	37,5	39,8	2,3
Макао (Китай)	30,4	35,6	5,2
Япония	30,7	34,1	3,4

Италия в 2000-е годы уступила Испании и Франции свои позиции в туристской сфере. При этом, туризм в Италии имеет значительное число системных проблем, таких как низкая конкурентоспособность предложений, небольшие отели, слабая инфраструктура, недостаточно эффективный механизм управления отраслью. В связи с этим в 2013 году разработан стратегический план развития туризма «Италия-2020», в котором намечены следующие направления развития: увеличение поддержки отрасли со стороны государства, повышение эффективности управления за счет «перезапуска» Национального агентства по туризму, создание современных туристских предложений, развитие инфраструктуры и индустрии туризма, увеличение международных инвестиций. Реализация стратегии предполагает создание дополнительных рабочих мест и дополнительных денежных средств ВВП к 2020 году [7].

Лицензирование туристской деятельности в Италии находится в компетенции местных органов исполнительной власти. В связи с этим порядок лицензирования, в том числе необходимые финансовые гарантии, не носят общенациональный характер. Кроме того, основные типы лицензий едины для всей страны: лицензия типа «А» (полная) – на занятие туроператорской деятельностью, включая зарубежные поездки. Лицензия типа «А» (ограниченная) – на занятие туроператорской деятельностью, не включающей организацию поездок за рубеж; лицензия типа «В» – турагентская деятельность. В ряде областей страны приняты законы, предусматривающие при получении лицензии внесение залогового депозита, размер которого для лицензии типа «А» может составлять от 40 до 200 тысяч долларов США, а для получения лицензии типа «В» – от 10 до 40 тысяч долларов США [8].

В Донецкой Народной Республике на начало 2019 г. в Республиканский реестр предприятий туристического бизнеса входят около 70 туристических агентств.

Поскольку большая часть туристически привлекательных объектов Донецкой области остались на украинской территории, в ДНР необходимо развивать внутренний и въездной туризм. В Республике имеется огромное количество привлекательных естественных ландшафтных парков, разнообразных природных ресурсов, а также значительное количество природных и культурных достопримечательностей.

Боевые действия оказали негативное воздействие на развитие туризма в ДНР: были повреждены и разрушены туристические объекты, но с другой стороны, это сделало республику известной на весь мир.

Для развития туризма в регионе необходимо совершенствовать нормативно-правовую и законодательную базы, создать условия для интеграции развития туризма в социально-экономическом развитии региона.

От степени господдержки туристической отрасли зависит в большинстве случаев благополучное продвижение внутреннего туризма. Можно использовать ряд механизмов, позволяющих стимулировать внутренний туризм для жителей своей страны на региональном уровне. В качестве активизирующих механизмов

внутреннего туризма в ДНР могут выступать:

- проведение республиканскими органами власти мероприятий, направленных на улучшение отношений с представителями туристического бизнеса и охватывающих такие критерии, как льготирование по налогообложению, обеспечение гарантий при получении займов и кредитов; подключение туристских фирм в республиканские проекты по продвижению туризма в ДНР;

- создание образовательного центра по подготовке, переподготовке и повышению квалификации специалистов туристической отрасли;

- организация различных специальных мероприятий при поддержке республиканских властей, побуждающих сбыт туристического продукта, включающих акции, бонусы, скидки и т.д;

- осуществление рекламной деятельности при помощи средств массовой информации и передовых информационных и коммуникационных технологий для получения оповещений и туристической информации, направленной на продвижение внутреннего турпродукта.

Предложенные мероприятия позволят улучшить качество существующих внутренних туристских предложений, доступность, информированность о них, а также увеличить вклад внутреннего туризма в экономику ДНР.

#### **Литература:**

1. Артемова Е.И. Международный опыт управления в сфере продвижения и развития туризма / Е.И. Артемова, Н.А. Цаценко // Научный журнал КубГАУ. – 2013. – №92(08). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_20799932\\_11352364.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_20799932_11352364.pdf)

2. Леонидова Е.Г. Стимулирование развития внутреннего туризма: Отечественный и зарубежный опыт / Е.Г. Леонидова // Вопросы территориального развития. – 2016. – №3(33). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_26240278\\_49112374.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_26240278_49112374.pdf)

3. Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России) / Д.А. Клименко // Вестн. Моск. ун-та. сер. 10. Журналистика. № 1, 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_14931373\\_50037972.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_14931373_50037972.pdf)

4. Шахнович И.А. Развитие туризма в регионах Италии / И.А. Шахнович. – Минск: БГУ, 2013. – 168 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://qps.ru/5aT9l>

5. Национальное Агентство по Туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://qps.ru/VXwgk>

6. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2018.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2018.pdf)

7. Василенко Е.В. «Мягкая сила» современной Италии / Е.В. Василенко // Перспективы: электрон. журн. – 2018. – № 3(15). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://qps.ru/jK9Rs>

8. Государственный контроль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/articles/all/article/2033.html>

**И.Ю. Древицкая, И.В. Древицкая**

ГОУ ВПО «Донецкий педагогический институт», г. Донецк, Донецкая Народная Республика; ГПОУ «Донецкий электрометаллургический техникум», г. Донецк, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** В статье рассматриваются актуальные вопросы развития туризма в Донецкой Народной Республике в контексте сложившихся экономических и социально-политических условий. В настоящее время показатели развития хозяйства республики имеют положительную динамику, однако имеется ряд существенных трудностей для решения имеющихся проблем. Ввиду наличия серьезных политических проблем, в первую очередь непризнанности молодого государства, затрудняется дальнейшее развитие сферы туризма, несмотря на развитую туристскую инфраструктуру. Существенные трудности вызваны тем, что значительная часть аттрактивных туристских объектов оказалась на территории, которая контролируется Украиной или находится в зоне боевых действий.*

*Рассмотрена сущность теоретических аспектов экономики впечатлений и предложена авторская точка зрения на смысловое наполнение данного понятия. Приведены примеры использования приемов, характерных для экономики впечатлений, на промышленных предприятиях региона и проанализировано социально-экономическое значение данной деятельности.*

*Даны рекомендации по использованию такого направления экономики впечатлений, как военный туризм, и проанализированы условия, в которых его дальнейшее развитие будет возможно.*

***Ключевые слова:** стабилизация экономики, блокада, туристская инфраструктура, аттрактивность, экономика впечатлений, промышленный туризм, военный туризм.*

Стабилизация экономики предполагает применение определенных методов, среди них – проведение экономических реформ, основанных на методологических принципах. Опираясь на эти принципы, можно не только исследовать стабилизационные процессы, но и эффективно управлять ими на практике. Такие методологические исследования рассматривают процесс стабилизации как способ воссоздания устойчивого состояния экономики. Но важно помнить, что этим стабилизационные процессы не ограничиваются: необходимо еще и снизить темпы падения производства, обеспечить последующую устойчивость (в плане сохранения объемов производства) и в итоге добиться его постоянного и уверенного роста [1].

После государственного переворота в Украине часть Донецкой и Луганской областей (соответственно Донецкая и Луганская Народные

Республики) встали на путь создания собственной государственности. В Донецке на референдуме 11 мая 2014 года большинство жителей проголосовали за независимость, и именно с этой даты и идет отсчет существования молодой республики.

Совершенно очевидно, что в условиях непрекращающихся военных действий, экономической, финансовой и транспортной блокад обеспечение устойчивого развития молодого государства сопряжено со множеством трудностей, которые тем не менее неуклонно преодолеваются. Территория Донецкой Народной Республики (ДНР) составляет 33% от территории Донецкой области. В республике проживает 2,4 млн. человек, из которых 95% составляет городское население. Такая структура населения объясняется тем, что на территории ДНР находятся крупнейшие города региона – Донецк, Макеевка, Горловка, а также крупные промышленные центры – Енакиево, Харцызск, Торез, Шахтерск, Снежное.

В структуре хозяйства ДНР наибольший удельный вес имеют металлургия и металлообработка (37%), производство и передача электроэнергии (26%), коксохимия и добыча угля (17%).

Для Донецкой Народной Республики характерно неуклонное стремление к экономической независимости. В связи с этим произошли серьезные подвижки в сельском хозяйстве республики. Так, несмотря на военные действия, в 2015 году посевные площади выросли по сравнению с 2013 годом на 54%, и это при условии, что часть сельхозугодий была заминирована. В 2016 г. пищевые предприятия обеспечивали потребности населения республики на 45%. Неуклонно растут объемы торговли и общественного питания, а также количество предприятий в соответствующих отраслях.

Значительную роль в обеспечении стабильности государства имеет наличие развитой и стабильно работающей сферы коммуникаций. В ДНР был создан государственный аппарат в сфере регулирования телекоммуникационной сети республики, создано ГП «Почта Донбасса», запущена система электронных платежей, введен биллинг республиканского мобильного оператора «Феникс», запущена услуга СМС.

Большую роль играет в молодой республике малый бизнес.

В условиях блокады ДНР со стороны Украины стало невозможным существование имевшей место ранее банковской системы. Не в последнюю очередь именно это привело к невозможности выплаты пенсий населению неподконтрольной Украине территории. В этих условиях единственно возможным выходом из положения стало создание собственной банковской системы.

В настоящее время перед молодой республикой стоят следующие политические проблемы:

- неопределенность дальнейшего статуса государства;
- угроза уголовного преследования со стороны Украины значительной части жителей республики, которых Украина считает коллаборантами,

сотрудничающими с государством-агрессором. В эту категорию автоматически попадают не только военнослужащие и силовики, но и все бюджетники;

- нестабильные отношения в военной сфере, предполагающие произвольные изменения и даже отмену принятых договоренностей;

- дипломатическая изоляция.

Совершенно очевидно, что в таких условиях развитие индустрии туризма и гостеприимства представляет собой очень сложную проблему. Следует отметить, что туристская инфраструктура Донецка в свое время, к проведению чемпионата Европы по футболу, была очень серьезно расширена: построены отели, проложены новые и отремонтированы существовавшие дороги, упорядочена транспортная схема. Большую роль в успешном проведении матчей в городе и формировании позитивного имиджа города сыграла и кадровая составляющая – было подготовлено большое количество волонтеров, свободно владеющих языками, хорошо знающих город и, самое главное, умеющих работать с гостями, компетентных и толерантных молодых людей. В первую очередь это были студенты частного высшего учебного заведения «Институт туристического бизнеса» и педагогического института иностранных языков (г. Горловка).

В 2015-2017 гг. автор данной статьи принимала участие в качестве руководителя рабочей группы в разработке Концепции развития туризма в Донецкой Народной Республике [2].

Как отмечено в данной Концепции, «на сегодняшний день этап развития туризма в Донецкой Народной Республике определяется как переход к его новому состоянию, связанному с глубокими структурными изменениями социально-экономической основы общества, что вызвало ряд актуальных проблем:

- остаются несовершенными нормативно-правовая и экономическая базы, регулирующие отношения в сфере туризма;

- значительно разрушена туристская инфраструктура в ходе боевых действий;

- имеет место значительный моральный и физический износ сохранившейся материальной базы;

- сохраняется невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской сферы;

- сохраняется образ Донецкой Народной Республики как региона, неблагоприятного для туризма;

- учреждения туристской направленности ведут неудовлетворительную статистическую отчетность;

- не отработан механизм по содействию продвижению туристского продукта не только на мировом, но и на внутреннем рынках.

Сложность ситуации с развитием туризма в ДНР обусловлена и тем, что большая часть имеющих высокую аттрактивность туристских объектов оказалась на подконтрольной Украине части Донецкой области. В первую очередь это Святогорье с его уникальной Лаврой, лесные массивы в районе г.

Красный Лиман (после переименования Украиной – Лиман), значительная часть побережья Азовского моря, урочище Клебан-Бык. По сути, у Донецкой Народной Республики имеются только два потенциальных места отдыха на Азовском побережье – Седово и Безыменное, но Безыменное находится так близко от линии разграничения, что вполне возможно возобновление обстрелов в любой момент.

Термин «экономика впечатлений», как известно, принадлежит американским маркетологам Б. Джозефу Пайну II и Джеймсу Гилмору в книге «Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена» [3].

По их мнению, сегодня имеет место четвертая фаза экономики в виде экономики впечатлений. Собственно, в настоящее время туристы во многом уже пресыщены теми ощущениями, которые предлагают им производители туристских услуг. Действительно, чем можно удивить нынешнего туриста, по сути уже видевшего все или почти все в традиционных туристских центрах? Уровень комфорта во многих отелях уже зашкаливает, аниматоры вполне предсказуемы в своих действиях и т.д. Усилия, прилагаемые туроператорами к удовлетворению потребителей, нередко остаются тщетными, а неудовлетворенный клиент способен создать отрицательный имидж туристской фирме.

В контексте экономики впечатлений рассматривается следующий подход: авторы являются режиссерами, предлагающими определенное зрелище, а потребители – зрителями или гостями.

Традиционно теоретики предлагают погружение в определенное время, не совпадающее с реальным, или пребывание в некоторой среде, отличной от существующей, а также прослушивание определенных историй, легенд, былин. Это могут быть квесты, реконструкции, театрализованные представления различных жанров, реалити-шоу и т.д.

Вместе с тем, по мнению автора, такой подход носит дискуссионный характер. Реальная жизнь сегодня предполагает наличие различных ситуаций, которые, не будучи искусственно смоделированы, тем не менее производят глубокое впечатление на потребителей.

По мнению автора, экономика впечатлений, о которой сегодня много говорят, традиционно была развита в промышленных городах Донбасса.

Более традиционное ее наименование, промышленный туризм, являлся важным и востребованным направлением развития туризма в регионе. Особым спросом пользовались посещения предприятий пищевой промышленности, металлургических и коксохимических предприятий, тепловых электростанций.

Масштаб данных предприятий производил впечатление на посетителей, а технологические процессы заставляли задуматься не только об их содержательной стороне, но и о мужестве работающих здесь людей, попытаться поставить себя на их место.

В настоящее время, как правило, престижность рабочих и инженерных профессий не особенно высока, что показывают и конкурсы в высшие и

средние специальные учебные заведения, поэтому значимость промышленного туризма с точки зрения его профориентационного значения трудно переоценить.

В отдельных случаях возможно также некоторое включение потребителей услуг в процесс – допустим, принять участие в транспортировке хлебобулочных изделий, дегустации продукции.

Следует отметить, что боевые действия, которые проходили и продолжаются на территории ДНР, оказали двойное воздействие на туризм в Донецкой Народной Республике – с одной стороны, в ходе боевых действий было разрушено и повреждено много объектов туристской сферы, с другой стороны – стойкость духа жителей, защищающих свой выбор, сделали Донецкую Народную Республику известной во всем мире и пробудили живой интерес к путешествиям в наше государство. Кроме того, возник трагический перечень аттрактивных объектов – Саур-Могила, Донецкий аэропорт и т.д.

В Донецкой Народной Республике уже появляются туристы, в том числе и из стран Европы, которые склонны к получению впечатлений от последствий боевых действий и даже стремятся попасть на передовую. Конечно, военный туризм для принимающей стороны – это не цель и не то направление работы, к которому стоит стремиться, но реальность такова, что именно военный туризм укрепляет сегодня позитивный имидж республики и популяризирует регион.

Жители Донецкой Народной Республики, более пяти лет живущие в прифронтовой зоне, имеют собственное восприятие действительности. Годы, проведенные в опаснейших условиях, наложили, естественно, отпечаток на их психику, а потери родных и близких, а также материальных ценностей заставили переосмыслить очень многое, в частности, чаще задумываться о ценности человеческой жизни, ее хрупкости, но вместе с тем они стали еще более открыты и доброжелательны к гостям, всегда готовы проявить гостеприимство и ответить на любые вопросы.

Конечно, с точки зрения организации конкретных туров есть очень много сложностей – пожалуй, ни одна страховая компания не решится застраховать туриста, направляющегося в зону реальных военных действий, как бы их не называли политики. Естественно, требуются и специально подготовленные гиды, и особые методики проведения экскурсий, однако это решаемые проблемы.

Развитие экономики впечатлений в Донецкой Народной Республике имеет, помимо имиджевого, и вполне прагматическое значение – каждый турист вносит свой вклад в бюджет молодой республики, а проживающие здесь граждане смогут получить дополнительные рабочие места.

Сегодня многие объекты, которые создавались как элементы туристской инфраструктуры, используются не по назначению – в них проживают военнослужащие, размещены гражданские лица, лишившиеся жилья в результате обстрелов, но хочется верить, что все эти сложности носят временный характер.

Есть в Донецкой Народной Республике и такие объекты, которые не вписываются в общее представление о воюющей республике. Так, на территории Донецкой Народной Республики насчитывается 42 объекта природно-заповедного фонда, вот только расскажут там посетителям не совсем обычные вещи – например, как прятали от обстрелов бизонов в РЛП «Донецкий Кряж», как лечили раненых животных в зоопарке села Придорожное Старобешевского района.

Таким образом, развитие экономики впечатлений на территории Донецкой Народной Республик является перспективным и имеющим реальные возможности для развития направлением туристической деятельности, способствующим решения как экономических, так и имиджевых проблем, стоящих перед молодой республикой.

#### **Литература:**

1. Громова Е.Ю. Экономическая устойчивость региона и ее теоретические аспекты / Е.Ю. Громова // Материалы международной научной конференции «Актуальные проблемы и инновации в экономике, управлении, образовании, информационных технологиях». – Ставрополь: СевКавГТИ, 2009.

2. Древицкая И.Ю. Развитие туризма как фактор формирования позитивного имиджа Донбасса / И.Ю. Древицкая, Я.С. Клейнер // Современные проблемы сервиса и туризма. – №11(1). – 2017. – С. 97-104.

3. Заднепровская Е.Л. Туристский имидж как один из главных факторов устойчивого развития Кубани / Е.Л. Заднепровская, А.А. Юрченко // Вестник Национальной академии туризма. – СПб.: Национальная академия туризма. – 2017. – № 3 (43). – С. 48-52.

4. Заднепровская Е.Л. Бренд и брендинг как основа территориального развития / Е.Л. Заднепровская, Т.А. Самсоненко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – Т. 1. – № 1-1. – 113 с.

5. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме / И.М. Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская, Я.В. Коробенко // Финансовая экономика. – 2019. – № 1. – С. 353-355.

6. Пайн Д.Б., Гилмор Х.Д. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Д.Б. Пайн, Х.Д. Гилмор. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.

## **ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ У СТУДЕНТОВ – БУДУЩИХ ТРЕНЕРОВ**

**М.С. Душко, Ж.А. Терпелец, О.Л. Иванова**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В представленной статье рассматриваются способы повышения мотивации овладения иностранным языком у студентов – будущих тренеров с целью повышения эффективности учебной деятельности по данной дисциплине и улучшения профессиональной подготовки в целом. Одним из способов выступает формирование межкультурной компетенции.*

***Ключевые слова:** мотивация, изучение иностранного языка, профессиональная подготовка, профессиональная самореализация, межкультурная компетенция.*

В современном мире возрастает роль владения иностранным языком специалистами различных сфер деятельности. В период развития международных отношений России со странами ближнего и дальнего зарубежья, интернационализации спорта знание иностранного языка выпускниками спортивных вузов – будущими тренерами является необходимым инструментом профессиональной деятельности. Владение иностранными языками, использование мировых информационных ресурсов, зарубежного опыта коллег способствует успешности подготовки юных спортсменов, поиску новых путей и возможностей совершенствования тренировки. Кроме того, знание иностранного языка расширяет профессиональные горизонты, позволяя выпускникам работать судьями международного уровня, участвовать в международных соревнованиях, Олимпиадах, чемпионатах [1, 4].

Однако следует отметить, что определенная часть студентов приходит в вуз с негативным отношением к изучению иностранного языка. Обозначенная ситуация может быть связана с отсутствием в обществе стойкого убеждения в необходимости владения иностранным языком, языковой среды для общения, накопившимся в период обучения в школе опытом трудностей, низкой успешностью его освоения, неясными перспективами использования. Учитывая это, целесообразно рассмотреть вопрос о способах повышения мотивации овладения иностранным языком у студентов неязыковых вузов с целью повышения эффективности учебной деятельности по данной дисциплине и улучшения профессиональной подготовки в целом.

Ученые указывают на наличие разных источников мотивации, таких

как личностные интересы и потребности, особенности организации процесса учебной деятельности и требования социума к профессиональной деятельности, порожденные социальным заказом современного общества [2].

Одним из средств повышения мотивации при обучении иностранному языку является формирование межкультурной компетенции студента – будущего тренера, развитие личности обучающегося, способной к участию в межкультурном общении на иностранном языке и, как следствие, самосовершенствованию, улучшению качества профессиональной подготовки, конкурентным отношениям.

Высокий профессионализм и конкурентоспособность будущего специалиста в области спорта определяются не только наличием системно-языковых, социокультурных и культурологических знаний, но и умениями, а также способностями проявлять себя в качестве равноправного и полноценного участника диалога культур в профессиональной сфере.

Задача формирования у студентов – будущих тренеров способности к межкультурной коммуникации является одной из важнейших задач при обучении иностранному языку на современном этапе. Она состоит в том, чтобы сформировать у обучаемых социокультурную, социолингвистическую и дискурсивную компетенции, которые складываются из знания психологических, культурных, социальных и страноведческих особенностей страны изучаемого языка [3].

Особое внимание, на наш взгляд, следует уделять формированию дискурсивной компетенции как способности понимания реалий изучаемой страны, знания биографий выдающихся спортсменов, тренеров, ведущих специалистов в области физической культуры и спорта.

Дискурсивная компетенция – это способность восприятия различных типов дискурсов, что позволяет выстраивать стратегию поведения и фоновый контекст в процессе профессиональной коммуникации. Формирование лексической компетентности позволяет содержательно формировать словарный запас, наполнять его разнообразными терминами в рамках профессиональной деятельности.

Язык – это проявление национальной культуры. Интеграция культуры в преподавание иностранного языка имеет первостепенное значение и является способом повышения мотивации обучаемых.

Существует три основных подхода к интеграции культуры в преподавание иностранного языка: подход, основанный на формировании базы знаний; подход, основанный на понимании культурных различий; межкультурный подход.

Межкультурная компетенция относится к «способности эффективно взаимодействовать с людьми разных культур» [3] и состоит из четырех компонентов: осознание собственной культурной предвзятости, осознание своей личной реакции на людей иной культуры; отношение к культурным различиям, способность анализировать свои убеждения и ценности в контексте

культурных различий; знание различных культурных практик и мировоззрений; межкультурные навыки, приобретенные на практике и служащие для развития способности понимать, общаться и эффективно взаимодействовать с людьми разных культур.

С целью повышения мотивации изучения иностранного языка в КГУФКСТ применяются средства, способствующие увеличению интереса студентов к изучению иностранного языка, проводятся мероприятия, целью которых является стимулирование контекстных мотивов изучения иностранного языка за счет демонстрации его значимости для будущих специалистов, включения студентов вуза в активную деятельность по изучению иностранного языка. Студенты имеют возможность принять участие в олимпиадах, продемонстрировать навыки перевода, межкультурной коммуникации, владение грамматикой, принять участие в выставке стенных газет [5].

Проведение интегрированных занятий, литературных, страноведческих вечеров позволяет студентам приобщиться к литературному наследию стран изучаемого языка, углубить и расширить знание иностранного языка, культурный кругозор, эрудицию и, как следствие, повысить мотивацию к изучению языка и культуры другой страны.

Формирование межкультурной компетенции при подготовке студентов – будущих тренеров становится доминирующим фактором в системе высшего образования, позволяет прогнозировать более гибкое поведение личности, определяет конкурентоспособность личности, предполагает эффективность использования им определенных социальных ролей и является залогом ее успешной жизнедеятельности.

#### **Литература:**

1. Бабушкин Г.Д. Формирование спортивной мотивации у занимающихся спортом: учебное пособие для вузов физической культуры // Г.Д. Бабушкин, Е.Г. Бабушкин. – Омск: Изд-во СибГУФК, 2015. – 151 с.

2. Бубнова Ю. В. Специфика совершенствования профессиональной подготовки будущих экономистов средствами иностранного языка // Педагогическое образование в России. — 2018. — № 3. — С. 48-52.

3. Гиббсон Дж. Изучение языка – это изучение культуры. – Он-лайн публикация <https://blogs.transparent.com/language-news/2017/01/09>

4. Дружилов С.А. Концептуальная модель профессиональной деятельности как психологическая детерминанта профессионализма // Психологические исследования. – 2013. – № 6(29). – 4 с. <http://psystudy.ru>

5. Душко М.С. Мотивация освоения иностранного языка как компонент личностной готовности студентов к профессиональной деятельности тренера.– Краснодар, 2018.

## ДИСКРИМИНАЦИЯ РОССИЙСКИХ СПОРТСМЕНОВ

Е.А. Еремина, В.А. Ильичева

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Рассмотрена проблема не соблюдения прав российских спортсменов, их отстранение от участия в крупных спортивных мероприятиях, примеры двойных стандартов в мировом спортивном сообществе.*

***Ключевые слова:** спорт, употребление допинга, дискриминация, права человека.*

Нарушение прав человека – это проблема многих веков, сейчас она проникла в новые сферы жизни человечества, а именно в сферу спорта, нарушен принцип непредвзятости, в приоритете скандалы и дискриминация. Все это усиливает актуальность исследуемой проблемы, проблемы неразделимых в настоящее время понятий, таких как «спорт», «допинг» и «дискриминация». Современная научная идеология представляет спорт как спортивное состязание и презентацию страны, как идеологический и мотивационный фактор. В такой политической идеологической борьбе на ноль сводятся интересы спортсмена, права человека.

Большой проблемой для олимпийского спорта стала дискриминация российских спортсменов, инициированная США и Канадой, построенная на лжесвидетельствованиях. Последние десятилетия отметились политикой двойных стандартов и дискриминации российского спорта, все это привело к отстранению спортсменов из России от участия в Олимпийских играх.

В 2015 году в отчете Всемирного антидопингового агентства Россия была лишь на 22-м месте по положительным допинг-пробам в общем количестве проверенных проб, но в отношении других стран санкций не было. Международная ассоциация федераций легкой атлетики отмечает, что более 40 спортсменов отметились «подозрительной» допинг-пробой и у 18 проба была положительной, все они звезды легкой атлетики Великобритании, Кении, США. Начиная с 2016 года по сегодняшний день никаких расследований по этим фактам не проводилось, даже по тем, у кого показана проба «вероятный допинг». Клевета в адрес России о том, что в стране существует государственная тотальная система допинга, даже не ставится под сомнение, хотя массовые проверки не подтвердили данного факта. Россия входит в тройку наиболее проверяемых в области допинга стран. При таких тотальных проверках, случаи положительных проб составляет только 1%, что позволяет российским спортсменам находиться аж в третьем десятке стран по применению допинга.

Западная кампания по дискриминации российских спортсменов и всего российского спорта в целом построена на использовании двойных стандартов. Спортсменов западных стран за грубые нарушения не подвергали наказаниям, они не лишались права участия в соревнованиях. А российские спортсмены наказаны очень строго, лишены права участия в Олимпийских играх и даже некоторые дисквалифицированы пожизненно. Итальянские и бельгийские спортсмены отказывались от сдачи допинг-проб, но их никто не отстранил от участия в Олимпийских играх в Пхенчхане. Пропуск процедуры сдачи пробы на допинг российской спортсменкой Татьяной Бородулиной в 2006 году, за 12 лет до игр в Пхенчхане, стал причиной ее отстранения. Спортсмены из США за пропуски допинг-тестов даже не рассматривались антидопинговым агентством, тогда как такая же ситуация с российскими спортсменами объявлена Всемирным антидопинговым агентством как сильнейшая патология, объявлено доказательством вины российской сборной по легкой атлетике, что послужило причиной отстранения от игр в Рио-де-Жанейро.

Во многих средствах массовой информации отмечалось, что известный американский спортсмен Майкл Фелпс применял батарею препаратов для улучшения результатов, при том запрещенных для лошадей Международной федерацией конного спорта, хотя данные препараты не внесены в список запрещенных для людей. Еще в 2009 году его поймали за применением марихуаны. Ничего из указанного не было учтено и отстранения не последовало, он смог принимать участие в Олимпийских играх. Интересно отметить, что похожая ситуация с российским спортсменом Денисом Юсковым, который был отстранен от участия в Олимпийских играх в 2018 году, так как 10 лет назад в его пробах нашли следы марихуаны, подтвердила явную дискриминацию российских спортсменов.

В октябре 2017 года ВВС попыталась оправдать канадского чемпиона мира в прыжках с шестом Ш. Барбера, он был допущен к участию в Играх в Рио даже с положительной пробой на кокаин. Они оправдали его, сказав, что наркотик попал в организм без его ведома, в результате поцелуя. Независимый арбитраж пришел к заключению, что легкоатлет не виновен и ему разрешили участие в Олимпийских играх. Оправдывая канадского спортсмена, российских спортсменов в докладе Макларена обвинили без доказательно, отстранили от Игр и дисквалифицировали.

Употребление запрещенных препаратов паралимпийской сборной США (морфин, спиронолактон, тестостерон, гидрокортизон и кортизон) не помешало им принять участие в Паралимпиаде, а в это же время российским спортсменам паралимпийской сборной было отказано даже при отсутствии фактов о принятии ими допингов.

В феврале 2018 года Спортивный арбитражный суд удовлетворил апелляционные иски российских спортсменов и аннулировал их пожизненное отстранение от Олимпийских игр. С 11-м спортсменов сняли обвинение, хотя не разрешили принять участие в Играх-2018 в Пхенчхане. Решение суда восстановило российских спортсменов в правах победителей Олимпиады-2014,

следовательно, сборная России вернула себе первое место в медальном зачете. Несмотря на это, Международный олимпийский комитет проигнорировал решение суда и отказал российским спортсменам в участии, что показывает полную дискриминацию российских атлетов и показывает пример двойных стандартов.

По обращению Американского олимпийского комитета в Спортивный арбитражный суд отменили «правило Осаки» и разрешили ранее пойманном на допинге легкоатлету Лашоун Меррит и пловчихе Джессике Харди принять участие в Олимпийских играх, ссылаясь на фундаментальный правовой принцип: «дважды за одно преступление наказывать нельзя». При этом по отношению к российским спортсменам проявлена полная дискриминация, и они не были допущены, будучи «чистыми», а в 2016 году Спортивный арбитражный суд отклонил обращение 68 российских легкоатлетов и отстранил их от Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро. Однако Международный олимпийский комитет и Всемирное антидопинговое агентство без оснований допускают ранее уличенных в применении допинга атлетов других стран.

Таблица – Команды стран, отстраненные от Олимпийских игр

Год и место проведения Олимпийских игр	Отстраненные страны	Причина
1920 г. Антверпен	Германия, Австрия, Венгрия, Турция, Болгария	Организаторы Первой мировой войны
1924 г. Париж, Шамони	Германия	Организатор Первой мировой войны
1948 г. Лондон	Германия, Япония	Развязывание Второй мировой войны
1964 г. Токио	ЮАР	За политику расовой дискриминации – апартеид
2000 г. Сидней	Афганистан	Талибы запрещали женщинам заниматься спортом – дискриминация по гендерному признаку
2014 г. Сочи	Индия	За вмешательство в дела национального Олимпийского комитета

Как видно из таблицы, ни одна страна не отстранялась по причине использования допинга, только российскую сборную отстранили в 2018 г, все это доказывает беспрецедентность кампании по дискриминации российского спорта. Особенно двойные стандарты проявляются на фоне частого использования допинга американскими спортсменами, на которые они получают официальное разрешение на применение Антидопинговым агентством США. Можно ли назвать это «честной игрой»? Международные спортивные организации позиционируют проблему допинга как приоритетную в современном российском движении.

Современный профессиональный спорт отмечен дискриминацией спортсменов по политическим убеждениям. Канадский профессор Р. Макларен в своем докладе о расследовании в допинговых махинациях на Олимпийских играх в Сочи утверждал, что в Российской Федерации действует государственная система поддержки допинга. Всемирное антидопинговое агентство без выяснения подлинности данного доклада рекомендовало в течение трех часов после данной публикации Международному олимпийскому комитету (МОК), Международному паралимпийскому комитету (МПК) и Международным спортивными федерациям отстранить российских спортсменов от соревнований. Отстранение от Игр в Рио-2016 – это способ превратить эти Игры в «карманные игры США», способ дискредитации российского спорта и прямое вмешательство политики в отрасль спорта как политическая агрессия. При этом ни одна страна мира не отмечена изменениями в антидопинговой политике, такими как в Российской Федерации.

Таким образом, дискриминация российских спортсменов основана на политических убеждениях, о чем говорит факт, что международные организации запрещают участие россиянам под своим флагом и допускают тех же спортсменов под нейтральным флагом. В спорте не флаг определяет право участия, а спортивные достижения. Резюмируя вышесказанное, можно заключить, что спорт высших достижений является профессией и на него должна распространяться конвенция №111 «Относительно дискриминации в области труда и занятий». Дискриминация в спорте – это любое различие, исключение или предпочтение, основанное на политических убеждениях, а деятельность международных спортивных организаций против России имеет дискриминационный подход.

#### **Литература:**

1. Относительно дискриминации в области труда и занятий: конвенция от 25 июня №111 Международной организации труда (принята в г. Женеве 25 июня 1958 г. на 42-й сессии Генеральной конференции МОТ). Доступ из справ. Правовой системы «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_120760/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120760/) (дата обращения: 10.05.2019).

2. Послание Президента РФ Федеральному Собранию РФ. [Электронный ресурс] URL: <http://www.gosduma.net/president-message/> (дата обращения: 20.06.2019).

3. Правовое регулирование борьбы с допингом на международном и национальном уровнях / Т.А. Самсоненко, С.Д. Багдасарян, С.В. Петрова, А.В. Сидорова // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 4. – С. 133-138.

## СПЕЦИАЛЬНЫЕ ФОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЕЛОВЫХ ТУРИСТОВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПИТАНИЯ

Е.Л. Заднепровская, Т.А. Джум

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры,  
спорта и туризма», ФГБОУ ВО «Краснодарский филиал Российского  
экономического университета им. Г.В. Плеханова»,  
г. Краснодар

***Аннотация.** В статье представлены статистические данные, свидетельствующие о росте интереса к деловому туризму. Проанализирован российский рынок делового туризма, а также один из ключевых трендов – локальная кухня. Рассмотрены основные специальные формы обслуживания деловых туристов: зал-экспресс, стол-экспресс, шведский стол, кейтеринг. Отмечены особенности обслуживания деловых туристов.*

***Ключевые слова:** деловые туристы, специальные формы обслуживания, зал-экспресс, стол-экспресс, шведский стол, кейтеринг.*

Специальные формы обслуживания предприятиями питания организуются с целью ускоренного обслуживания значительного количества туристов, имеющих ограниченный запас времени. Подобная форма обслуживания используется для предоставления услуг питания группам деловых туристов – участникам конгрессов, симпозиумов и т.п.

В соответствии со статистическими данными организации «World Travel & Tourism Council», деловые туристы обеспечивают 23% всех доходов глобальной туристской сферы. Годовой рост доходов от делового туризма составляет около 4%, к 2026-му году объем выручки должен составить 1,72 трлн.долл. По данным организации «Global Business Travel Association», более трети всех деловых туров приходится на рынки Азиатско-Тихоокеанского региона, США и стран Западной Европы.

Анализ российского рынка делового туризма (данные исследований агентства делового туризма «Аэроклуб» на 2018 год) показал устойчивый рост спроса на авиабилеты у представителей российского бизнеса – 22%. Наиболее популярные российские города для деловых поездок в 2018 году по показателю «объем продаж авиабилетов» следующие: Москва (рост спроса на 12%), Санкт-Петербург (рост спроса на 1%), Сочи (рост спроса на 17%), Краснодар (рост спроса на 7%), Екатеринбург (рост спроса на 12%), Самара (рост спроса на 11%), Новосибирск (рост спроса на 21%), Тюмень (рост спроса на 7%), Казань (рост спроса на 18%), Симферополь (рост спроса на 9%).

По свидетельству экспертов бизнес-отеля «DoubleTree by Hilton Moscow – Vnukovo Airport», одним из ключевых трендов, который сформировался под влиянием интересов деловых туристов, является тренд, связанный с интересом

к локальной кухне. Деловые туристы все больше интересуются локальной кухней, и знакомство с ней воспринимают как важное преимущество частых поездок.

С целью ускоренного обслуживания групп деловых туристов в ресторанах применяют следующие специальные формы организации питания – зал-экспресс, стол-экспресс, шведский стол, кейтеринг. Далее коротко охарактеризуем данные формы [1, 2]:

– *зал-экспресс*. Особенности обслуживания: организуется для ускорения обслуживания деловых туристов с ограниченным обеденным перерывом. Зал-экспресс имеет небольшое количество посадочных мест – от 40 до 50 мест, которые обслуживаются бригадой официантов из четырех человек. Меню при данной форме обслуживания представляет собой комплексный обед, состоящий из четырех стандартных блюд: холодная закуска, суп, основное горячее и десерт. Все столы ко времени обеда деловых туристов должны быть подготовлены заранее. Сервировка подобного стола следующая: пирожковая тарелка, столовые приборы и фужеры; рядом кладут меню. Как только деловые туристы присаживаются за стол, официант ставит холодную закуску, приносит суп, а затем основное горячее блюдо и десерт. На подобный обед турист затрачивает 15-20 минут, а стандартная стоимость комплексного обеда ускоряет расчет с официантом;

– *стол-экспресс*. Особенности обслуживания: рассчитан стол на 20 туристов, имеет круглую форму и поворотную центральную часть. Туристы, присев за стол, могут поворачивать за ручку центральную поворотную часть стола-экспресса и выбирать блюда. При этом горячие напитки подает официант, а затем рассчитывается с туристами;

– *шведский стол*. Особенности обслуживания: данная форма обслуживания используется для ускоренного обслуживания больших групп иностранных туристов, участников симпозиумов, конгрессов и т.д. На завтрак деловым туристом тратится в среднем 15-20 минут, а на обед и ужин – 25-30 минут. Главное удобство обслуживания для туристов – не нужно ждать заказанных блюд и счета к оплате, поскольку блюда уже выставлены. Линейка ассортимента шведского стола зависит от времени приема пищи туристом и включает разнообразные блюда к выбору, что позволяет гостям составить личный рацион питания с учетом их индивидуальных особенностей питания. Туристы, взяв поднос со специального приставленного стола, выбирают и порционируют блюда самостоятельно, в случае необходимости им оказывается помощь. Горячие напитки обычно реализуются на отдельном столе, выставляются чашки, десертные тарелки, кондитерские изделия, сахар, мед, варенье, джемы, устанавливаются кулер для воды или кофеварка.

Для обслуживания деловых туристов с использованием формы обслуживания «шведский стол» формируется бригада официантов, каждый из которых выполняет конкретную работу. Бригадир официантов (или шеф-повар) следит в течение дня за ассортиментом выставленных блюд; официанты сервируют обеденные столы и убирают использованную посуду. Официанты

могут обслуживать деловых туристов за столом, если они имеют физические ограничения или преклонный возраст. Общий контроль обслуживания осуществляет метрдотель зала.

Предлагаемое меню должно быть разнообразным, учитывать вкусы и запросы иностранных деловых туристов. На столы для иностранных туристов выставляются флаштоки и флажки государств, из которых они прибыли;

– *кейтеринг*. Особенности обслуживания: организация обслуживания деловых туристов происходит обычно вне помещений предприятия питания. Примером подобного обслуживания является организация пикников, банкетов, фуршетов, других мероприятий, когда для их организации и проведения приглашаются повар-универсал или группа специалистов по питанию. При этом индустрию кейтеринга можно подразделить на категории: кейтеринг в помещении; кейтеринг вне помещения; индивидуальный кейтеринг; разъездной кейтеринг; розничная продажа.

К кейтеринговым трендам 2018 года отнесем: фотогеничность блюд; вкусовую экспансию; уличную эклектику; овощной мейнстрим [2].

Таким образом, специальные формы обслуживания деловых туристов предприятиями питания достаточно многообразны и продолжают свое развитие, что объясняется активным и устойчивым интересом туристов к деловым целям поездок, а также усилению нового тренда – интереса к локальной кухне.

#### **Литература:**

1. Джум Т.А. Методические аспекты разработки маркетинговой стратегии предприятий ресторанного бизнеса: монография / Т.А. Джум, Е.Л. Заднепровская, В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – 109 с.

2. Джум Т.А. Экономические и организационные аспекты разработки и выведение на рынок функциональных пищевых продуктов питания / Т.А. Джум, М.В. Ксенз, Е.Л. Заднепровская // Региональный научный журнал «Экономика устойчивого развития». – № 4 (36). – 2018. – С. 154-157.

3. Джум Т.А. Спектр предлагаемых услуг как основа сервисной политики предприятия общественного питания / Т.А. Джум, М.В. Ксенз // Электронный журнал Краснодарского филиала «РЭУ им. Г.В. Плеханова» «Сфера услуг: Инновации и качество». – 2018. – № 37.

## ВИННЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВОЗРОЖДЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

**Е.Л. Заднепровская, А.В. Казалиева**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»  
г. Краснодар

***Аннотация.** В статье дана оценка развитию винного туризма в Республике Крым, проанализированы основные показатели отрасли виноградарства. Доказано, что винный туризм может стать одним из инструментов возрождения территории, его развитие позволит модернизировать инфраструктуру региона, увеличить занятость местного населения.*

***Ключевые слова:** винный туризм, туристский маршрут, маркетинговая политика, социально-экономическое развитие.*

Социально-экономическое развитие Республики Крым во многом определяется уровнем развития туристской индустрии. Традиционно, в данном регионе туристская отрасль специализировалась в основном на развитии рекреационного и пляжного видов туризма, что объясняется уникальными природно-климатическими условиями и развитой курортной инфраструктурой. Однако в последние годы, в связи с государственной поддержкой крымской винодельческой отрасли, активное развитие получил и винный туризм. О положительной динамике развития отрасли свидетельствуют показатели в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели отрасли виноградарства Республики Крым (2014-2018 гг.)

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Площадь виноградных насаждений (тыс. га)	17,9	16,8	18,5	18,2	18,85
Валовой показатель сбора винограда	70,2	58,3	56,3	66,2	80,1
Урожайность винограда (тыс. т.)	43,4	46,1	39,5	51,1	55
Государственная поддержка (млн. руб.)	78,3	85,0	189,5	441	392,6

\*Источник: Министерство сельского хозяйства Республики Крым

Как видим, валовой сбор винограда урожая 2018 года составил 80,1 тыс. тонн при урожайности 55 ц/га, что выше на 21% объема собранного урожая 2017 года (66,2 тыс.т.) при средней урожайности 51,1 ц/га. Государственная поддержка отрасли в 2018 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 314,3 млн.руб.

К крупнейшим винодельческим предприятиям Крыма отнесены следующие винодельни: ФГУП «ПАО «Массандра», г. Ялта; АО «Завод шампанских вин «Новый Свет», г. Судак; ООО «Наш Крым», Симферопольский район; ООО «Завод марочных вин Коктебель», г. Феодосия; АО «Старокрымский», Кировский район; ООО «Агрофирма «Заветное», Симферопольский район; ООО «Крымские виноградники», Сакский район; АО «Агрофирма «Черноморец», Бахчисарайский район; ООО «Легенда Крыма», Сакский район. На многих винодельнях разработаны экскурсионные программы, которые пользуются спросом у туристов.

К примеру, в АО «Завод шампанских вин «Новый Свет» туристам предлагается несколько экскурсионных программ: «Исторический тур», «Царский тур», «Брютеринский тур», «Голицынскими тропами», «Новосветская симфония». В процессе экскурсий туристы имеют возможность посетить винные тоннели, дом-музей князя Л.С. Голицына, проследить исторический путь развития завода.

В ФГУП «ПАО «Массандра» для экскурсантов предлагают квест-рум «Голицынские тайны», музыкальную дегустацию под открытым небом, трудовой тур «Челентано» (участие в сборе винограда).

Для агрофирмы «Золотая Балка» (г. Балаклава) винный туризм является серьезным источником дохода. Помимо фестивалей ZBFest, WineFest, здесь также проводятся многочисленные экскурсии, дегустации вин, ярмарки, винные вечера и др. Территория «Шампанерия» включает фирменный магазин, дегустационный зал, винный подвал, ресторан и прилегающий к ней парк со смотровой площадкой на виноградники агрофирмы.

Для развития туристической отрасли, социально-экономического возрождения сельской местности Министерством курортов и туризма Республики Крым в 2018 году был представлен новый проект – «Винная дорога Крыма», который включил экскурсии по винодельням (заводы и фермерские хозяйства) в специальные туристские маршруты. Одним из объектов «Винной дороги» должен стать и досугово-развлекательный комплекс «Винный парк» (г. Ялта). Данный комплекс разместится на территории более 16 тыс.м. и будет состоять из одного надземного и четырех подземных этажей, на которых будут размещены винодельни, сыроварни и дегустационные залы. Также на территории парка планируется посадить виноградники, с которых будут собирать около 47 тонн винограда красных сортов.

Путь кольцевого туристского маршрута «Винная дорога Крыма» будет начинаться и заканчиваться в г. Симферополь и проходить по юго-западному, юго-восточному и южному берегу Крыма. 15 крымских виноделен, а именно «Alma Valley», «Усадьба Перовских», «UPPA Winery», усадьба «Мангуп»,

«Сатера», агрофирма «Золотая балка», «Инкерманский завод марочных вин», «Массандра», «Солнечная Долина», «Новый Свет», «Коктебель», «Дом Захарыных», винный клуб «Бельбек», винный дом «Фотисаль», «Алеф виналь Крым» включили в данный проект свои экскурсионные программы. Схема маршрута «Винная дорога Крыма» представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Туристский маршрут «Винная дорога Крыма»

В г. Севастополе также имеется проект с подобным названием, его протяженность около 50 км. Он предполагает комплексное создание винной провинции в окрестностях города, винная дорога обогнет г. Севастополь, начнется в г. Балаклава, пройдет через села Первомайка, Федюхины высоты, Хмельницкое, Черноречье, Родное, Терновку, Залесное, Красный Мак, Холмовку, Верхнесадовое, Фруктовое и закончится в селе Любимовка. Вдоль трассы на каждом километре дороги будут туристские объекты – винодельни, специализированные магазины, дегустационные залы, мини отели, рестораны, винные спа, сувенирные лавки, а также планируется трамвайная ветка.

В соответствии с Концепцией стратегии развития отрасли виноградарства и виноделия в Республике Крым и городе федерального значения Севастополь на период 2014-2025 г.г. целевые показатели функционирования винного туризма в Крыму будут следующими:

- доход от специализированных экскурсий, отелей и магазинов будет составлять до 25% от оборота среднего винодельческого предприятия;
- прогнозируется поток винных туристов до 800 тыс., что составит около 10% от всего туристского потока;
- затраты винного туриста будут в среднем превышать сумму затрат пляжного туриста.

Выводы. Развитие винного туризма в Республике Крым позволит увеличить туристские внутренние и въездные потоки, активизировать

маркетинговую политику винодельческих предприятий, их доходность, модернизировать инфраструктуру региона, увеличить занятость местного населения, а значит, ускорить социально-экономическое возрождение региона.

#### **Литература:**

1. Заднепровская Е.Л. Развитие винного туризма в Краснодарском крае / Е.Л. Заднепровская, А.А. Юрченко // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-3 (76). – С. 501-504.

2. Коренева М.В. Практика сервиса: учебное пособие / М.В. Коренева, И.С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.

3. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме / И.М.Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская, Я.В. Коробенко // Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика». – 2019. – № 1. – С. 353-355.

4. Самсоненко Т.А. Винный туризм как основа развития агротуристического направления в Краснодарском крае / Т.А. Самсоненко, В.Г. Минченко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2017. – Т. 1. – С. 268-273.

## ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Е.Л. Заднепровская, М.В. Ксёنز

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры,  
спорта и туризма», ФГБОУ ВО «Краснодарский филиал Российского  
экономического университета им. Г.В. Плеханова»  
г. Краснодар

***Аннотация.** В статье проанализированы основные аспекты развития религиозного туризма в Республике Крым на современном этапе: исторический, церковный, туристский и паломнический. Приведены примеры религиозных туров и основных объектов показа. Сделан вывод о перспективности развития данного вида туризма.*

***Ключевые слова:** религиозный туризм, паломнические туры, туристский потенциал, Республика Крым.*

Туристский интерес к Республике Крым связан не только с природно-климатическими ресурсами региона, но и его культурно-познавательными ресурсами, к которым отнесем и культовые сооружения различных религиозных течений. Туристский потенциал Крыма в плане религиозного туризма достаточно высок, поскольку на полуострове расположены культовые объекты различных религий и конфессий: множество православных русских и армянских церквей, храмов и монастырей; синагоги; караимские кенасы; мечети.

Религиозный туризм обычно рассматривают в единстве взаимодействия и развития его четырех основных аспектов: исторический, церковный, туристический и паломнический.

*Исторический аспект.* Представители Русской Православной Церкви Крыма утверждают, что еще до времени крещения Руси (988 год) Таврида уже имела многовековую христианскую традицию. Древние предания связывают распространение христианства с проповедью на полуострове в начале I века апостола Андрея Первозванного (в районе Керчи – части Боспорского царства).

*Церковный туризм* включает деятельность Русской Православной Церкви крымских епархий по сохранению христианских и православных святынь, восстановлению храмов и монастырей. К известнейшим крымским церковным деятелям относятся такие священнослужители, как: архиепископ Лука Войно-Ясенецкий (архиерей, профессор медицины, известный хирург); архиепископ Гурий Карпов (ученый-богослов, дипломат, основатель Таврической духовной семинарии, осуществил перевод Библии на китайский язык); крымские новомученики и исповедники (Сергий Зверев, Стефан Наливайко, Порфирий Гулевич).

*Туристический аспект* рассматривается в направлениях:

– однодневные экскурсионные программы, которые рассчитаны как на местных жителей, так и на туристов, приехавших в регион с целью отдыха или рекреации;

– многодневные туры, которые рассчитаны на туристов, приехавших в Крым на продолжительный период с культурно-познавательной целью.

Наличие религиозных объектов различных конфессий позволяет формировать разнообразные туристские маршруты по Крыму. Но большинство как однодневных, так и многодневных религиозных туристических маршрутов связано с православием.

К примеру, туристической фирмой «Ариадна» предлагается восьмидневный религиозный тур «Православные святыни Крыма», в ходе которого туристы имеют возможность посетить храм-пирамиду Св. Николая (г. Севастополь); Церковь Святых Двенадцати Апостолов (г. Балаклава); Свято-Георгиевский мужской монастырь (мыс Фиолент); историко-археологический заповедник «Херсонес Таврический»; Свято-Климентовский мужской монастырь (г. Инкерман); Свято-Успенский мужской монастырь (г. Бахчисарай); Крестовоздвиженская Церковь (п. Ливадия); Топловский женский монастырь (п. Тополевка) и другие культовые места.

Этой же туристской фирмой предлагается тур «Дворцы и минареты Крыма», в процессе которого у туристов имеется возможность осмотреть такие интереснейшие объекты, как: духовный центр крымских татар «Кебир-Джами» (г. Симферополь); Соборная Мечеть Акъяр Джами (г. Севастополь); Бахчисарайский Ханский дворец (г. Бахчисарай); пещерный город Чуфут-Кале (г. Бахчисарай).

Большой интерес вызывает также однодневная экскурсия по Евпатории «Религии мира в Крыму». Экскурсанты могут увидеть: крепостные ворота древнего татарского города Гизлев; Монастырь дервишей; Синагога Егия-Капай; Караимские кенасы; Свято-Николаевский православный собор; мечеть Джума-Джами.

Отметим, что Министерством курортов и туризма Республики Крым разработана и издана брошюра «Религиозный туризм», которая содержит информацию о культовых объектах различных конфессий в Крыму и религиозных праздниках.

*Паломнический аспект.* Паломническим отделом Симферопольской и Крымской епархии разработано 94 маршрута по святым местам Республики Крым и города Севастополя. На страницах сайта Паломнического отдела (<http://www.crimea-palomnik.ru>) можно найти характеристику маршрутов, святынь, фото- и видеоматериалы, контакты, информацию на английском языке на билингвальной версии сайта ([pilgrimage.su](http://pilgrimage.su)). Также паломнические и туристические поездки могут проводиться на иностранных языках с епархиальным гидом-переводчиком.

Властями была разработана и утверждена концепция развития религиозного туризма и православного паломничества в Республике Крым и

городе Севастополе до 2027 года. В концепции обоснована необходимость создания в Крыму центра развития религиозного туризма на основе имеющихся культовых сооружений.

Таким образом, можем сделать вывод о том, что с точки зрения туристского потенциала Республика Крым является привлекательным регионом для развития религиозного туризма. Большое количество и разнообразие объектов паломничества различных религий и конфессий позволяет разработать культурно-познавательные программы, которые могут быть ориентированы на разный контингент.

#### **Литература:**

1. Заднепровская Е.Л. Некоторые аспекты развития отечественного историко-культурного туризма / Е.Л. Заднепровская, Т.А. Джум // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – Т. 1. – № 1-1. – С. 98-101.

2. Коренева М.В. Практика сервиса: учебное пособие / М.В. Коренева, И.С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.

## ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Е.Л. Заднепровская, И.М. Кучеренко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», ЧОУ ВО «Южный институт менеджмента»  
г. Краснодар

***Аннотация.** В статье проанализированы особенности и тенденции развития детско-юношеского туризма в Республике Крым. Кратко проанализирован санаторно-курортный комплекс полуострова, приведены статистические данные по количеству средств размещения, оказывающих услуги по детскому отдыху, оздоровлению и лечению. Перечислены ряд предприятий, оказывающих услуги по детско-юношескому туризму.*

***Ключевые слова:** детско-юношеский туризм, санаторно-курортный комплекс, экскурсионные детские программы.*

Одним из важнейших принципов государственной политики в области детства является поддержка семьи не только в вопросах обеспечения воспитания, защиты прав детей, но и их отдыха, оздоровления, развития детско-юношеского туризма. На примере Республики Крым рассмотрим организацию отдыха и оздоровления детей, развитие детско-юношеского туризма как важнейшую экономико-социальную задачу, требующую консолидации усилий всех участников процесса социально-психологического становления детей и подростков.

С целью активного развития, формирования устойчивой модели, популяризации детско-юношеского туризма среди российских и иностранных граждан в Республике Крым была разработана Концепция развития детского туризма на период до 2025 года. К ее основным задачам, в том числе, относились и повышение качества крымского детского туристского продукта, увеличение охвата школьников различными формами детского туризма.

Для создания благоприятных условий развития детско-юношеского туризма, формирования интересов школьников к истории и культуре отечества, популяризации национального культурного наследия Министерством курортов и туризма Крыма был разработан перечень объектов туристской индустрии, которые рекомендованы для посещения организованными детскими группами. В этот перечень было включено 220 объектов историко-культурного наследия Крыма. Также крымскими музейными учреждениями было разработано 107 экскурсионных детских программ.

В соответствии с федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (от 24.11.1996 г., № 132-ФЗ),

Правилами организованной перевозки группы детей автобусами (от 17.12.2013 г., № 1177) разработаны общие требования к туристским маршрутам для прохождения организованных групп детей. Кроме этого, были рекомендованы следующие туристские маршруты по Крыму:

- «Большой каньон Крыма» (государственный природный заказник регионального значения «Большой каньон Крыма»), длительность перехода 6 км;
- «Тропа Голицына» (государственный природный заказник регионального значения «Новый Свет»), длительность перехода 3 км;
- «Медведь гора» (государственный природный заказник регионального значения «Аю-Даг»), длительность перехода 8 км;
- «К водопаду Джур-Джур» (государственный природный заказник регионального значения «Демерджи яйла»), длительность перехода 6 км;
- «Пещерный город Чуфут-Кале» (государственное бюджетное учреждение «Бахчисарайский историко-культурный и археологический музей-заповедник»), длительность перехода 5,3 км;
- «Пещерный город Эски-Кермен» (государственное бюджетное учреждение «Бахчисарайский историко-культурный и археологический музей-заповедник»), длительность перехода 3,4 км.

Далее кратко проанализируем санаторно-курортный комплекс Республики Крым. В 2017 году данный комплекс насчитывал 781 средство размещения с общим количеством мест 157000 тыс. В том числе на территории Крыма функционировало 105 средств размещения, которые предоставляли услуги по детско-юношескому отдыху, санаторно-курортному лечению, из них 13 детских санаториев, 14 санаториев для детей с родителями. Большая часть санаторно-курортных учреждений имеют сезонный график работы, круглогодично действуют 29 объектов, что составляет около 28% от общего количества детских санаторно-курортных и оздоровительных учреждений [5].

Организациями детского отдыха, досуга и оздоровления в каникулярный период занимаются специалисты 200 детских лагерей в летнее время на базе крымских школ и более 60 загородных оздоровительных лагерей. Большая часть детских санаторно-курортных и оздоровительных организаций функционирует в г. Евпатории который, традиционно считается центром детского оздоровления. Именно на базе евпаторийских санаторно-курортных организаций и лагерей в рамках федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» предусмотрено создание туристско-рекреационного кластера «Детский отдых и оздоровление». В рамках кластера запланировано укрепление инфраструктуры общероссийского центра детской рекреации. Предполагается, что реализация мероприятий позволит поднять инвестиционную привлекательность Крыма и выполнить ряд значительных инвестиционных проектов.

Кроме того, детские оздоровительные и санаторно-курортные организации действуют в городах – Ялта, Феодосия, Алушта, Керчь, Судак, Саки; в районах – Бахчисарайский, Ленинский, Черноморский, Сакский,

Симферопольский и Раздольненский. Количество средств размещения, оказывающих услуги по детскому отдыху, оздоровлению и лечению, отображено на рисунке 1.

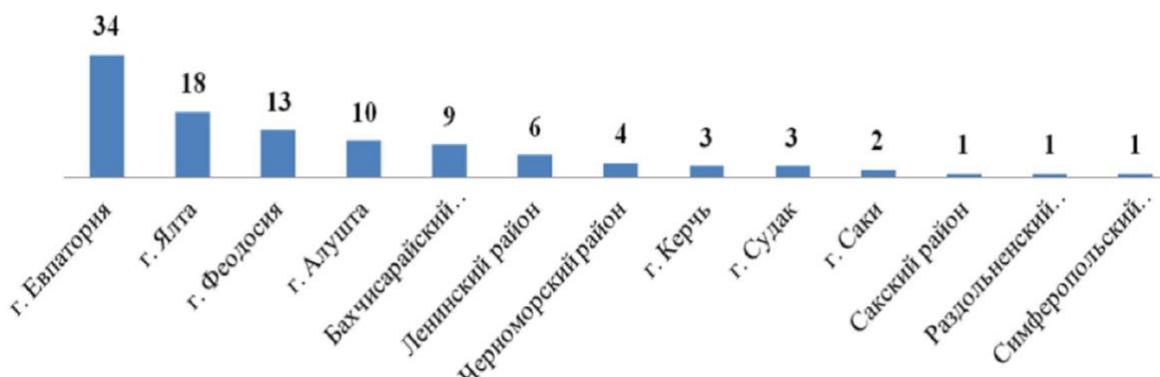


Рисунок 1 – Количество средств размещения, оказывающих услуги по детскому отдыху, оздоровлению и лечению

\*Источник: Министерство курортов и туризма Крыма

Кроме лечебно-оздоровительных услуг, организациями предлагаются услуги других видов детско-юношеского туризма, к примеру:

- Центр детско-юношеского туризма и краеведения (г. Симферополь). Кроме традиционных туристских мероприятий по технике пешеходного и горного туризма, спортивному ориентированию, проводятся такие мероприятия, как: туриада для туристов младшего школьного возраста, посвященная Всемирному дню туризма; республиканский туристский слет «Памяти Друга»; туристско-краеведческая эстафета «Путешествуем по Крыму» и др.;

- конно-спортивный клуб «Карьер» (г. Ялта) предлагает детский тур «Кольцо Следопыта», включающий проживание школьников в лагерях клуба, обучение верховой езде, стрельбе, плаванию с аквалангом, скалолазанию, экскурсионные программы, спортивные игры.

Таким образом, можем сделать вывод о том, что Республика Крым обладает значительными природными и климатическими условиями для развития детско-юношеского туризма. Для дальнейшего активного развития детско-юношеского туризма на полуострове необходимо:

- продолжить активную реконструкцию и модернизацию организаций, оказывающих услуги по детскому оздоровлению и санаторно-курортному лечению;

- внедрять в организации, оказывающие услуги по детско-юношескому туризму современные оздоровительные, обучающие, анимационные программы;

- активизировать информационную кампанию по продвижению детско-юношеского туризма.

### **Литература:**

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 года № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года».
2. Концепция развития дополнительного образования детей, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 04 сентября 2014 года № 1726-р.
3. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 года № 996-р.
4. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме / И.М. Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская, Я.В. Коробенко // Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика», 2019. – № 1. – С. 353-355.
5. Самсоненко Т.А. Ресурсный потенциал лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым / Т.А. Самсоненко, Д.М. Михайличенко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 64-66.

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма» г. Краснодар

***Аннотация.** В статье рассмотрено и проанализировано текущее состояние и перспективы развития экологического туризма в Республике Крым. Охарактеризована структура особо охраняемых природных территорий как базы развития туризма.*

***Ключевые слова:** экологический туризм, природные ресурсы, природно-заповедный фонд, объекты туристской инфраструктуры, экологическая тропа.*

Республика Крым является одним из потенциальных лидеров среди российских регионов в экотуристской деятельности, что объясняется уникальным природным потенциалом полуострова, наличием хорошо развитой системы охраны природных территорий. По утверждению Всемирного фонда дикой природы, экологический туризм не должен нарушать целостность природных экосистем и формировать такие экономические условия, при которых охрана природных ресурсов становилась бы выгодной для местных жителей.

Для стимулирования создания новых туристских услуг, не наносящих экологического вреда природным ресурсам, во многих странах мира существует экологическая сертификация туристских объектов. К подобным сертификатам отнесем: «Зеленый Глобус 21» («Green Globe 21»; сайт: [www.greenglobe21.com](http://www.greenglobe21.com)); «Голубой флаг» («Blue Flag»; сайт: [www.blueflag.org](http://www.blueflag.org)); «Зеленый ключ» («Green Key/Den Groenne Noegle»; сайт: [www.green-key.org](http://www.green-key.org)). Отметим, что в Крыму 12 пляжей и 1 причал имеют сертификат «Голубой флаг». Экомаркировку имеют также средства размещения «Ореанда», «Красотель Левант» (г. Ялта), «Radisson Resort & Spa» (г. Алушта); объекты туристской инфраструктуры – аквапарк «Голубой залив» и «Театр морских животных» (г. Ялта).

Природно-заповедный фонд Крыма занимает территорию площадью более 135 тыс. га, что составляет более 5% от общей площади полуострова. Охарактеризуем структуру особо охраняемых природных территорий:

1. Природные парки – 4 парка: «Калиновский»; «Караларский»; «Воздухоплавательный комплекс «Узун-Сырт»; «Белая скала».

2. Государственные природные заказники регионального значения:

а) ландшафтные – 14 заказников: «Большой каньон Крыма»; «Аю-Даг»; «Байдарский» и др.;

б) ботанические – 17 заказников: «Можжевельная роща у балки Канлы-Дере имени Новеллы Вавиловой»; «Папая-Кая»; «Новый Свет» и др.;

в) гидрологические – 2 заказника: «Качинский каньон» и «Горный карст Крыма».

3. Памятники природы регионального значения – 89 парков: «Пещера-грот Данильча-Коба»; «Природные сфинксы в долине р. Чукур-Су»; «Пещера-грот Киик-Коба».

4. Дендрологические парки регионального значения – 1 парк: Евпаторийский дендрологический парк.

5. Ботанические сады регионального значения – 1 сад: «Ботанический сад при Таврическом национальном университете имени В.И. Вернадского».

6. Заповедные урочища регионального значения – 7 урочищ: «Яйла Чатырдага»; «Долина р. Сатера»; «Лесная дубовая роща «Левадки» и др.

7. Ландшафтно-рекреационные парки регионального значения – 10 парков: «Урочище «Кизил-Коба»; «Донузлав»; «Мыс Такиль».

8. Парки-памятники садово-паркового искусства регионального значения – 30 парков-памятников: «Ливадийский»; «Массандровский»; «Мисхорский»; «Утес-Карасан».

9. Зоологические парки регионального значения – 2 парка: «Сказка»; «Сафари-парк «Тайган».

Стоит отметить, что часть из этих природных территорий запрещены для самостоятельного посещения туристами. Вдоль этих уникальных территорий оборудуются экологические тропы: вывешиваются информационные таблички и указатели, обустраиваются площадки отдыха. Экскурсии туристов по экологическим тропам, чаще всего, возможны только в составе группы и в сопровождении проводника или гида.

Коротко опишем наиболее популярную у туристов экологическую тропу - тропа Голицына. Она начинается на юго-западном берегу Зеленой бухты (Судак-Лиман) и продолжается под северным склоном горы Коба-Кая или Пещерная. В одной из полостей горы находится грот Голицына, который также называют Эстрадный грот или грот Шаляпина. В средние века в нем располагался христианский монастырь, а позднее была оборудована винотека графа Голицына. В глубине грота имеется эстрадный выступ для музыкантов, на котором, как считается, пел сам Федор Шаляпин. Далее от грота тропа ведет к южным склонам горы Коба-Кая и спускается к побережью Синей бухты (Разбойничья бухта), в которой во времена древних греков, по принятой местной легенде, прятались пиратские суда. За мысом Капчик открывается вид на Делилиманскую бухту, на побережье которой расположен Царский пляж, который облюбовали еще особы из царской семьи. Доступ к пляжу ограничен, поскольку он располагается на территории заказника «Новый Свет». После этого тропа Голицына ведет в Можжевельную рощу.

Для решения проблем развития экологического туризма Крыма считаем целесообразным следующее:

- увеличить количества специализированных туристских предприятий, связанных с экологическим туризмом;
- продолжить разработку туристических троп и маршрутов для людей преклонного возраста и инвалидов с соответствующим обустройством;
- увеличить количество квалифицированных гидов, экскурсоводов, инструкторов.

Таким образом, Республика Крым обладает уникальным природным потенциалом для развития разумного, эффективного экологического туризма. Для системного и активного развития туризма на принципах экологичности, бережного отношения к природе необходимо разработать соответствующую Федеральную программу.

#### **Литература:**

1. Коренева М.В. Практика сервиса: учебное пособие / М.В. Коренева, И.С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.

2. Немцова В.О. Механизмы формирования экологического сознания через популяцию экотуризма / В.О. Немцова, А.А. Юрченко // Тезисы докладов XXXXIII научной конференции студентов и молодых ученых Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма: материалы научной конференции. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 119-120 с.

3. Самсоненко Т.А. Ресурсный потенциал лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым / Т.А. Самсоненко, Д.М. Михайличенко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 64-66.

4. Юрченко А.А. Воздействие современного туризма на экологию / А.А. Юрченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2014. – № 1. – С. 88-89.

5. Юрченко А.А. Технология проектирования туристских объектов и программ / А.А. Юрченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2013. – С. 289-292.

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА САКИ (РЕСПУБЛИКА КРЫМ)

Е.Л. Заднепровская, Т.А. Самсоненко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма» г. Краснодар

***Аннотация.** В статье дана оценка нормативно-правовым документам, регулирующим наиболее значимые для инвалидов вопросы обеспечения доступности объектов и услуг. Проанализирована общая численность инвалидов в Российской Федерации. Рассмотрены состояние и перспективы развития инклюзивного туризма на примере город Саки (Республика Крым).*

***Ключевые слова:** инклюзивный туризм, доступная среда, люди с ограниченными физическими возможностями, физическая и психоэмоциональная реабилитация.*

Сфера туризма для людей с ограниченными физическими возможностями активно развивается в мире более 20 лет. В 1991 году Генеральной ассамблеей ЮНВТО была принята резолюция «Создание возможностей для туризма людям с ограниченными возможностями в девяностые годы» («Creating tourism opportunities for handicapped people in the nineties»). В 2005 году в г. Дакар (Сенегал) текст данной резолюции претерпел ряд изменений и был назван «Туризм, доступный для всех» (резолюция A/RES/492(XVI)/10). На сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО в г. Виктория-Фоллс (Замбия/Зимбабве), проходившей в 2013 г., было отмечено, что актуализация проблем инвалидности людей как составной части соответствующих стратегий устойчивого развития обеспечит всемерное распространение сферы действия туристской политики и практики на людей с ограниченными возможностями и придаст импульс развитию справедливого и доступного туризма для всех.

В Российской Федерации разработан ряд нормативно-правовых документов, регулирующих наиболее значимые для инвалидов вопросы обеспечения доступности объектов и услуг. К важнейшим документам отнесем: государственную программу «Доступная среда», срок действия которой продлен до 2020 года; свод правил 59.13330.2016 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения»; ГОСТ 32613-2014. «Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования» и др.

Для людей с ограниченными физическими возможностями инклюзивный туризм является не только отличным средством отдыха и реабилитации, но и средством восстановления психоэмоционального настроения, повышения самооценки. Общая численность инвалидов в Российской Федерации представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Общая численность инвалидов в Российской Федерации  
(на 1 января года)

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Общая численность инвалидов, приходящаяся на 1000 человек населения	87,0	83,5	82,5	81,4
Всего инвалидов, тыс. человек	12751	12261	12111	11947

\*Источник: данные Росстата - федеральной службы государственной статистики

Как видим, в России, по состоянию на 1 января 2019 года около 11947 тыс. человек инвалидов, которым необходима не только физическая реабилитация, но и психоэмоциональная реабилитация, успешным средством которой может стать туризм.

Интересен опыт развития инклюзивного туризма в г. Саки, Республика Крым. Этот город, именуемый «столицей инвалидов-колясочников», может принять сотни людей с ограниченными возможностями благодаря комфортной доступной среде для маломобильных граждан, а также наличие специализированных санаториев.

В период курортного сезона на территории города Саки экскурсионные услуги оказываются 17 субъектами хозяйствования. Для инвалидов-колясочников местными экскурсоводами разработаны как кратковременные, так и долговременные экскурсии, которые могут длиться до 15 часов. Демонстрируются следующие объекты: курортный парк, заложенный в 1891 году; Сакский историко-краеведческий музей – единственный в мире музей, рассказывающий об истории грязелечения; великолепный Свято-Ильинский храм, который известен как православная святыня Крыма; музей Кара-Тобе (древнескифское городище) и др.

В 2018 году в г. Саки функционировало 13 санаторно-курортных организаций, в том числе: 9 санаториев, 3 пансионата, 1 детский лагерь с общим количеством койко-мест максимального развертывания 4738 единиц. По данным органов местного самоуправления городского округа Саки, в 2018 году в санаторно-курортных учреждениях города отдохнуло и поправило здоровье 30744 человек, что на 5% больше, чем за аналогичный период 2017 года. Наибольшее количество отдыхающих было привлечено следующими санаторно-курортными учреждениями:

- АО «Клинический санаторий «Полтава-Крым» – 7743 человек, или 28,89% от общего количества отдыхающих;
- ФГБУ «Сакский военный клинический санаторий им. Н.И. Пирогова» – 6033 человек, или 22,51% от общего количества отдыхающих;
- ООО «Санаторный комплекс «Саки» – 2869 человек, или 10,7% от общего количества отдыхающих;
- АО «Санаторий «Сакрополь» – 2608 человек, или 9,73% от общего количества отдыхающих.

Анализ регионального состава потока отдыхающих показал, что преимущественно туристы прибывают из следующих регионов: Краснодарский край, Московская область, Ростовская область, Ленинградская область, Татарстан, Ханты-Мансийский автономный округ, Чеченская Республика, Республика Дагестан, Республика Калмыкия, Магаданская область, Республика Саха, Башкортостан, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Коми, Северная Осетия, Смоленская область.

Увеличению потока туристов способствует инфраструктура города, которая адаптирована под маломобильных людей: многие подъезды оборудованы пандусами; в городской парковой зоне проложены широкие аллеи; гостиничные номера полностью соответствуют требованиям для принятия людей-инвалидов. Для жителей города и туристов на колясках имеется беспрепятственный доступ на все городские пляжи; граждане на колясках имеют возможность подъехать к самой кромке моря, принять солнечные ванны, искупаться с помощью специализированной команды спасателей. Маломобильный турист в Саках может почувствовать независимость, поскольку сопровождающие его люди ему не нужны.

С 2015 года г. Саки включен в Федеральную целевую программу по дальнейшему развитию именно курортного направления. На данный момент вдоль лечебного городского озера строится современная набережная; реконструируются дамбы, которые соединяют город с морем; реконструируется режимно-эксплуатационная станция, охраняющая озеро и лечебную грязь. В городе, в соответствии с программой, намечено строительство новых курортов, учреждений, как для реабилитационных программ, так и простого отдыха граждан. В итоге, только в местных здравницах будет занято до 45 тысяч сотрудников, а само население города вырастет до 100 тысяч человек.

В заключение можем сказать, что развитие доступной среды значительно повысит уровень региональной экономики, занятости местного населения и привлечет иностранных туристов. При грамотной и своевременной поддержке государства в создании доступной среды в городе Саки, город-курорт получит должное развитие для людей с ограниченными физическими возможностями.

#### **Литература:**

1. Коренева М.В. Практика сервиса: учебное пособие / М.В. Коренева, И.С. Иванова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 152 с.

2. Ползикова Е.В. Особенности стандартов туристских предприятий / Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская // Актуальные проблемы правового и экономического знания: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – Донецк: «Цифровая типография», 2018. – С. 208-211.

3. Самсоненко Т.А. Ресурсный потенциал лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым / Т.А. Самсоненко, Д.М. Михайличенко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 64-66.

## ОБ ИНТЕГРИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ И РЕЧИ В ВОЕННОМ ВУЗЕ

**Е.П. Колыхалова**

Рязанское гвардейское высшее воздушно-десантное командное училище,  
г. Рязань

***Аннотация.** В представленной статье рассматривается проблема интегрированного обучения языку и речи. Формирование теоретического мышления в военном вузе предполагает глубокое понимание основ коммуникации во всех сферах общественной жизни. При этом системный подход к языку и антропоцентрический – к речи создают особую искусственную речевую среду. Она необходима для подготовки высококвалифицированных специалистов в области военной коммуникации.*

***Ключевые слова:** интегрированное обучение языку и речи, междисциплинарный подход, гуманизация образования, антропоцентризм в методике, языковая личность.*

Интеграция как инновационное направление в образовании создает условия и открывает богатые возможности для изучения языковых дисциплин. Курсант заинтересован не только в усвоении традиционных разделов лингвистики (фонетики, лексики, грамматики, стилистики), но и в получении новых междисциплинарных знаний, например, по словесности, ортологии, психолингвистике, теории коммуникации, причем это в равной степени относится и к родному, и к иностранным языкам.

Междисциплинарный подход дает возможность комбинировать знания из разных областей, что помогает преподавателю вуза на первом этапе обучения систематически и целенаправленно развивать мышление курсанта, а впоследствии – более эффективно формировать профессиональные навыки.

Современная система вузовского образования не может сводиться только к изложению и усвоению определенного объема знаний. «Научить курсанта учиться» — такова основная задача военного университета. Языковые дисциплины, где традиционно значительная роль отводится различного рода анализам и разборам, формируют умения действовать в конкретной речевой ситуации. Изменение параметров контроля качества образования для традиционных языковых дисциплин не является трудоемким, так как внедряемые активно в учебную практику схемы, алгоритмы, промежуточные и итоговые тесты, полные и частичные разборы давно и активно используются в системе не только высшего, но и довузовского образования.

Язык как универсальная знаковая система дает богатейшие возможности для создания новых форм и критериев контроля. Однако обучение «живой» речи, стилистике, риторике, искусству построения, а также интерпретации

публичной речи возможно только в системе междисциплинарных дисциплин. Их разработка в эпоху глобализации требует от преподавателя создания новых программ с учетом ряда новых принципов построения учебного материала:

- 1) принципа общей преемственности материала (между традиционными и новыми, базовыми и авторскими программами; между этапами обучения);
- 2) принципа неприоритетного взаимодействия аудиторных и внеаудиторных, т. е. самостоятельно выполняемых, заданий;
- 3) принципа учета европейского измерения содержания дисциплины;
- 4) принципа сохранения национальной составляющей образовательной программы (объем изучаемого материала, его качество и количество, воспитательная направленность, этика и эстетика курса, духовность и др.);
- 5) принципа усиления практической направленности учебных планов.

Интегративный подход к изучению языковых дисциплин способствует получению комплекса филологических знаний, помогает избежать фрагментарности получаемой информации и узкой профессионализации в языковедческом и литературоведческом образовании. Отправной точкой обновления программ являются базовые дисциплины, в преподавании которых накоплен большой практический опыт. Например, изучение материала по морфологической ортологии опирается на содержание дисциплины «Русский язык» и интегрируется с литературоведческими дисциплинами. Объем изучаемого материала таков: морфологическая вариантность падежных окончаний имен существительных; трудные случаи определения рода имен существительных; стилистические особенности коррелятов-существительных мужского и женского рода (*генерал – генеральша*); употребление в речи несклоняемых существительных и аббревиатур; трудные случаи образования и употребления в речи кратких форм и форм степеней сравнения качественных прилагательных; несклоняемые прилагательные; употребление падежных форм имен числительных; собирательные числительные как количественный определитель немногочисленной группы имен существительных, построение словосочетаний с собирательными числительными; употребление в речи дробных и порядковых числительных и падежных форм местоимений; трудные случаи склонения местоимений; употребление в речи морфологических вариантов личных форм избылиующих глаголов и форм прошедшего времени, семантически соотносительных форм возвратных и невозвратных причастий (*одевающий* и *одевающийся*); трудные случаи формообразования причастий и деепричастий; особенности употребления русского деепричастия; употребление в речи различных по семантике наречий и форм степеней сравнения качественных наречий; функции предикатива; стилистические характеристики служебных частей речи; особенности употребления в речи особых групп слов. Получение такого объема знаний может эффективно осуществляться только на текстовой основе. «Такое обучение позволяет расширить и углубить содержание учебного предмета «Русский язык» за счет включения комплекса речеведческих понятий, поскольку от степени сформированности связанных с

ними умений зависят качество и результаты обучения по другим дисциплинам и развитие личности в целом» [1, с. 52].

Формирование основных знаний, умений и навыков курсантов на основе интегративного подхода способствует становлению современной языковой личности. В центре современной антропоцентрической лингвометодики находится не «нудноватое описание систем склонения и спряжения в разных языках» [3, с. 16], а языковая личность. Сегодня преподавание языка (иностранный, инославянский, родной) имеет коммуникативную направленность.

Рассматривая язык как явление социальное, ученые опираются не только на данные лингвистики, но и на важнейшие положения психолого-педагогических наук. Это позволяет определять методы и приемы развития речи и работы над единицами языка, устанавливать типологию занятий, систематизировать дидактический материал, предлагать объем работы по исправлению и предупреждению ошибок, формулировать закономерности, а также общеметодические и частнометодические принципы обучения и развития.

Важным для современной методики является философское понятие дихотомии, которое отражает дуальность человеческого мышления. Чрезвычайно важны дихотомии языка и речи, речи и языковой деятельности, форм речи (устной и письменной), видов речи (кодирования и декодирования), нормированной и ненормированной (нелитературной) речи. Как видим, каждая дихотомия последовательно рождает бинарму терминов. Такой бинарный способ классификации основных понятий лингвистики и методики языка и речи не случаен: он отражает дуальность процесса отражения действительности.

Гуманизация образования изменила «акценты» в обучении. Например, до середины двадцатого века паронимия рассматривалась как явление ошибочного смешения в речи созвучных слов («предоставить рапорт» вместо правильного словосочетания «представить рапорт»; «военный железнодорожный билет» вместо верного «воинский железнодорожный билет»; «одеть голубой берет» вместо нормативного «надеть голубой берет»). Действительно, слова данного ассоциативного ряда имеют частичное смысловое, фонетическое и морфемное сходство. Явление созвучности находится в центре дихотомии «язык – речь». Как единицы языка они взаимополагают, дополняют друг друга, но как единицы речи не должны контаминироваться (смешиваться). Таким образом, только ориентированная на носителя языка (его национальность, возраст, степень языковой и речевой компетентности) методика может если не устранить, то значительно ослабить интуитивно неправильно сформированный речевой навык.

Язык – это статическая система особых (двусторонних) знаков различных уровней. Реализуясь последовательно в речи, эти знаки выполняют функцию общения. Формирование любого теоретического понятия возможно только на конкретном речевом материале. Например, категория падежа изучается не

только и не столько для изучения самой категории. Понятие о падежной парадигме дисциплинирует мышление, активизирует словарь, совершенствует речь, формирует умения и навыки грамматически, орфографически и стилистически правильного употребления в речи падежных, в том числе вариативных, форм имени существительного. Сравним: *пылинка (где?) в муке и руки (какие?) в муке; стакан чаю* (разговорная форма родительного падежа) и *стакан чая* (нейтральная); *поехал в Сербию и вернулся из Сербии, поехал на Украину и вернулся с Украины* (правильный выбор падежного предлога).

Явление языка становится фактом индивидуальной речевой системы, прочно входит в активный словарь человека только в том случае, если достигает уровня теоретического осмысления. Как облегчить курсанту усвоение сложной лексической или грамматической единицы?

Чрезвычайно важен уровень эмпирического мышления, т.е. уровень фиксации независимых внешних связей и отношений предмета, сравнения чувственных данных, классификации. Однако для формирования осознанного и прочного орфографического, лексического или грамматического навыка этого недостаточно. Язык – многоярусная система, каждая единица которой находится в сложных отношениях с другими фактами языка. Форма и содержание знака независимы только на первый взгляд. Важно, чтобы курсант не остановился на этапе «заучивания» изолированного явления.

Для упрощения познания слова, словосочетания, предложения необходимо поставить курсанта на ступень теоретического мышления. В этой работе следует опираться не столько на индивидуальное, неповторимое в языковой единице, сколько на общее, категориальное. «Отдельные изменения и связи вещи могут рассматриваться как моменты более широкого взаимодействия, внутри которого она закономерно замещается другой вещью. Такой переход сохраняет все положительное в первой вещи, необходимое для более широкой и целостной системы взаимодействия. Теоретическое мышление всегда относится к некоторой системе взаимодействия, области взаимосвязанных явлений, составляющих в совокупности организованное целое» [2, с. 18]. Отправной точкой сравнения должны быть ранее усвоенные понятия, общие правила. Это уровень системного изучения явлений языка. Путь теоретического мышления (от определения общего к установлению несходного, индивидуального в единицах языка) требует от курсанта определенных умственных усилий и обеспечивает прочное усвоение языкового материала.

Мыслить теоретически – это уметь устанавливать связи между явлениями. Связи существуют в разных формах. Нас интересуют, прежде всего, закономерные внутренние и внешние, прямые и обратные языковые связи. Паронимическая бинарма (например, *военный // воинский*) строится на прямых внешних (сходство формы) и внутренних (общность содержания) связях. В основе антонимической бинармы (*военный // гражданский*) лежат обратные внутренние связи – противоположность значения. Синонимическая пара, как и весь синонимический ряд, строится на прямых внутренних связях (тождество

или близость значений): *курсант // военный человек // военнослужащий // воспитанник военного вуза*. Анализируя систему связей, педагог сужает, делает более понятным круг изучаемых понятий и явлений.

Таким образом, интеграция в обучении языку и речи невозможна без философского осмысления системы языковых зависимостей, а также теории и практики современной, антропоцентрической, методики.

#### **Литература:**

1. Воителева Т.М. Реализация основных положений ФГОС в системе обучения русскому языку [Текст] // Методическая наука: истоки и современность, традиции и инновации: сб. науч.-метод. статей, посвященный 100-летию со дня рождения профессора Л.П. Федоренко / Коллектив авторов. – М.: Изд-во МГОУ, 2012. – С. 49-53.

2. Гончаров В.С. Типы мышления и учебная деятельность [Текст]: пособие к спецкурсу / В.С. Гончаров. – Свердловск: Изд-во СГПИ, 1988. – 72 с.

3. Горелов И.Н. Основы психолгвистики [Текст]: Учебное пособие / И.Н. Горелов, К.Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2001 – 304 с.

## ЭФФЕКТИВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ КОМПАНИИ

М.В. Коренева, Ю.М. Латынина

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* Данная статья посвящена эффективным маркетинговым коммуникациям, которые могут выступать в качестве источника повышения конкурентоспособности туристской компании, в том числе в работе рассматриваются основные элементы комплекса коммуникаций, а также тренды интернет-маркетинга.

**Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, источник повышения конкурентоспособности, туристская компания, коммуникация.

Комплекс маркетинговых коммуникаций – это система мероприятий, направленных на установление и поддержание определенных взаимоотношений туристского предприятия с адресатами коммуникаций [2].

Адресаты коммуникаций это:

– законодательные и исполнительные органы государственной власти и управления всех уровней. Деловые, дружеские отношения есть залог успешной деятельности на данной территории. Для укрепления таких взаимоотношений можно использовать самые различные мероприятия: организация и участие в различных выставках, праздниках, программах;

– потребители услуг и продуктов туристской компании. Взаимоотношения с ними строятся через рекламу, систему различных акций, скидок и т.д.;

– промежуточным звеном в коммуникации фирмы с целевым рынком, контактными аудиториями являются как турбюро, экскурсионные бюро, туристские агентства (торговые посредники), так и агентства маркетинговых исследований, рекламные агентства, выполняющие отдельные маркетинговые функции маркетинговых мероприятий.

– производители туристских услуг – предприятия, предоставляющие услуги по размещению, питанию, транспортному обслуживанию;

– финансовые, страховые компании, средства массовой информации, органы правопорядка, санитарного и экологического надзора, общественные формирования (союзы, общества защиты прав потребителей), местные жители (контактные аудитории);

– сотрудники фирмы. Успешная деятельность фирмы зависит от уровня взаимопонимания руководства с персоналом, мотивации сотрудников, психологического климата в коллективе. Применяемыми средствами

коммуникации являются: материальное стимулирование труда, система привилегий, продвижение по службе, конкурсы профессионального мастерства и т.д. [1].

В состав комплекса коммуникаций входят четыре основных элемента:

- реклама; СМИ (привлекают широкие массы людей и хорошо воспринимаются массами, вызывают большое доверие);
- связи с общественностью (спонсорство спортивных, благотворительных мероприятий, концертов);
- стимулирование сбыта (оживления упавшего спроса, повышение осведомленности клиентов о предлагаемых продуктах, создание имиджа);
- личная продажа (непосредственное воздействие на целевую аудиторию, установление с ней тесных отношений и побуждение к определенным действиям).

Чтобы лучше разобраться в маркетинговых коммуникациях, научиться этим управлять и контролировать, отличать дилетантов от профессионалов, получая высший результат, необходимо ознакомиться с трендами интернет-маркетинга. Важно учитывать, что они очень изменчивы, так как на смену одним технологиям приходят другие, база клиентов становится более жесткой, в итоге происходит естественный отбор, где выживают наиболее умные. То есть те компании, которые отслеживают тренды и правильно внедряют новые технологии.

Одна из таких технологий – это продающие страницы, или лендинг пейдж. На эти страницы необходимо привлекать клиентов из рекламы. Эти страницы наиболее эффективнее обычного сайта, так как это отдельная страница и она не связана с основным сайтом турфирмы. На этой странице не может быть ничего случайного, каждый элемент должен быть продуман до мелочей. Цель лендинг пейдж – привлечь внимание потенциального туриста и убедить совершить покупку или позвонить, оставить заявку, подписаться на рассылку предложений и т.д.

Целевые страницы бывают короткие и длинные. Длина и наполненность страницы зависит от задачи, при этом любой вариант по-своему эффективен при правильном использовании [1].

Общая стратегия применения одностраничников заключается в выборе продукта или услуги, создании специально под нее разработанной страницы, написании текста, оформлении дизайна и добавлении отзывов и демонстраций.

Так же важным элементом является аналитика и А/В-тестирование, когда необходимо сравнить отдельные элементы (заголовок, фоновая картинка или размер кнопки), что позволяет найти идеальный вариант страницы, при котором будет максимальная конверсия или большая эффективность, то есть соотношение тех, кто зашел на страницу, и тех, кто совершил целевое действие.

При разработке лендинг пейдж необходимо также обратить внимание на такие моменты, как:

1. Наличие на странице нескольких разных точек захвата и обязательный призыв к действию;

2. Какой посыл передает ваш одностаничник (например, самые дешевые туры, цены от 5 тысяч);
3. Минимальная эффективность страницы должна быть от 5%;
4. Повышать отдачу от одностраничника – это постоянная работа, которая поможет увеличить количество заявок.

Самые эффективные каналы привлечения туристов:

1. Контекстная реклама (Яндекс и Google);
2. Баннерная или медийная реклама на городских и туристских порталах;
3. Таргетированная реклама (социальные сети).

Контекстная реклама – это рекламные объявления, которые показываются по определенным ключевым словам в поисковых системах. Ее можно запустить за один день, для этого нужно составить список ключевых слов, которые вводит ваш потенциальный клиент (например, туры в Турцию), составить интересный заголовок, который заинтересует и вызовет желание на него кликнуть, далее пополнить баланс (сумма от трехсот рублей) и ждать поток посетителей.

Для баннерной рекламы изначально необходимо составить список всех наиболее подходящих площадок. Далее лучше выбрать два-три варианта площадок для проведения тестирования и договориться о размещении.

Таргетированная реклама – это рекламные объявления в социальных сетях, которые нацелены на анкетные данные пользователей, такие как пол, возраст, география, интересы и т.д. Объявления такого формата могут ссылаться, как на сайт турфирмы, так и на группу. Но важно понимать, что в основном социальные сети люди приходят не покупать, а развлекаться и общаться. Этот канал стоит использовать тогда, когда турфирма уже наладила предыдущие два канала или для привлечения участников в группу.

Для повышения конкурентоспособности и привлечения новых покупателей, необходимо отслеживать [3]:

1. Стоимость целевого действия по каждому каналу привлечения клиентов, то есть во сколько компании обходится одна заявка или один звонок.
2. Цену клиента с каждого канала привлечения, то есть сколько заявок доходит до покупки.
3. Какую чистую прибыль вы получаете с каждого клиента.
4. Заботиться о постоянных клиентах, так как по статистике продать купившему хотя бы раз у вас клиенту проще, чем новому.

Чтобы выжить в конкурентной борьбе, необходимо постоянно внедрять новые технологии, иначе бизнес будет совершенно неконкурентоспособным.

#### **Литература:**

1. Дробышева В.В. Управление конкурентоспособностью туристских предприятий / В.В. Дробышева, О.В. Шпырня // Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – 2017. – С. 220-221.

2. Печеницина В.Н. Комплекс маркетинговых коммуникаций туристского предприятия в Интернет / В.Н. Печеницина, О.В. Шпырня // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития. – 2018. – С. 340-342.

3. Ползикова Е.В. Управление качеством на предприятии питания как метод повышения конкурентоспособности / Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская, К.О. Губина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 21-23.

4. Самсоненко Т.А. Эффективность рекламной деятельности гостиничного предприятия / Т.А. Самсоненко, С.Н. Симутина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 72-74.

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИНТЕГРАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННЫЙ ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

Н.К. Костина

Рязанское гвардейское высшее воздушно-десантное командное училище,  
г. Рязань

*Аннотация.* В данной статье предпринята попытка изучить настоящее состояние французского языка. Выделены наиболее активные пути пополнения словарного состава французского языка. Обозначены актуальные тенденции эволюции языка.

*Ключевые слова:* французский язык, заимствования, словарный состав языка, лексическая единица.

Современный этап развития любого языка характеризуется многочисленными факторами, влияющими на их словарный состав, частотность тех или иных лексических единиц. Не исключение и французский язык. Будучи одним из самых распространенных в мире, французский язык испытывает существенное влияние английского языка и его американского варианта. Однако специалисты отмечают, что опасения по поводу перенасыщения современного французского языка американизмами беспочвенны.

Карин Жирак-Маринье, редактор Petit Larousse, отмечает, что важным является не фиксация «модного» слова или выражения, которое очень недолговечно в силу острой актуальности, а изучение тех лексических единиц, которые прочно оседают в языке. В ходе подобного исследования специалисты изучают движения современного французского словаря в течение трех лет. Таким примером может стать терминологическая лексика, используемая в узких профессиональных кругах (*vidéoludique, rétrofuturisme, postapocalyptique, djihadisme, racisé, invisibiliser*).

Изучение научной литературы по проблеме исследования позволяет сделать вывод о том, что телевидение, общественно-политическая сфера и общественная жизнь являются наиболее продуктивными источниками американизмов, проникающими во французский язык. Специалисты сходятся во мнении, что наиболее существенный вклад в дело обогащения словарного запаса приносит сам французский язык.

В ходе проведенного исследования были проанализированы основные французские словари Larousse и Robert в трех последних изданиях (2017-2019 г.).

Выявлено, что более 36% лексических единиц относятся к различным типам эволюции самого французского языка. Доказано, что сам язык способен к обновлению, так появляются неологизмы (*antépisode,*

grossophobie, écolabélisé, souple, vapoteuse), сложные слова (seul-en-scène, pollueur-payeur), акронимы (REP, ZAD), антономазия (bisounours, fraises mara, parkour). Их формальное происхождение не вызывает сомнения.

Отметим, что собственно слова французского происхождения остаются менее заметными. Так, например, *sovoiturer* или *déradicaliser* являются достаточно недавними лексическими примерами такого явления. Распространенные в узких областях, некоторые лексические единицы только начинают получать более широкое распространение, как, например, «*vidéoludique, rétrofuturisme, djihadisme, invisibiliser*» и др.

Специалистами установлено, что терминологическая лексика способна менять значение под влиянием очень широкого спектра факторов. Приведем примеры: «*maraudeur*» обозначает добровольца, работающего на улице, «*rageux*» – агрессивный интернет-пользователь, «*toxique*» – асоциальное поведение. Данная лексика рассматривается французскими словарями как новая, что свидетельствует о развитии словарного состава языка.

Изучение словарных статей французских словарей позволило заключить, что 5,8% составляют заимствования из региональной лексики. Традиционно региональный словарь богат на самобытные лексические единицы, включение которых в словарный состав французского языка придает определенное обогащение французского языка. «*Babache, biloute, routouner*» – примеры регионального влияния на словарный состав французского языка. Французский словарь богат лексическими единицами из области гастрономии, который обязан своему разнообразию местным блюдам. Такими примерами являются: «*la noisetine*» – хлеб с лесным орехом из Медока, «*le socca piçois*» «*la gâche bretonne*».

14,6% иностранных заимствований отводится франкоязычным странам. Такими примерами становятся Бельгия, Швейцария, Марокко, Камерун, Сенегал и др.

Неудивительно, что именно французский Квебек является основным источником обновления словарного состава французского языка. Данная тенденция связана с возникновением неологизмов из области новейших технологий (*baladodiffusion, téléverser*), окружающей средой (*carbocentre, éconeutre*), транспорта (*l'emporiérage*), гастрономии (*les appétissants pets-de-sœur, sortes de pains au raisin mais à l'érable*).

Страны Магриба привнесли во французский язык множество неологизмов «*les facanciers*» (для марокканских эмигрантов, возвращающихся на отдых в страну) et «*youyououter*» (кричать «*youhou*»), «*la fatiha*» (мусульманская помолвка), «*la fouta*» (элемент женского наряда).

Анализ современных изданий французских словарей показал, что за последние три года было заимствовано около 150 слов из различных языков. Основными путями данного процесса можно считать три следующих:

– классические заимствования (*futsal* из португальского, *hoverboard* из английского);

- адаптация, или францизация, которая придает слову более локальный образ (youtubeur формирование глагола troller, вместо youtuber и to troll);
- лексический пласт, который идентично воспроизводит идею, пришедшую из другого языка, путем ее перевода (post-vérité от post-truth или licorne от unicorn).

Английским заимствованиям специалисты отводят более 16% заимствований французского языка. Наиболее глубоко англицизмы затронули молодежную среду (разговорная речь, хип-хоп культура, информатика).

Язык информатики предоставляет множество примеров заимствований во французских словарях (cybersécurité, défaçage, webinaire, mégadonnées, rançongiciel). Другими продуктивными областями деятельности являются интернет-коммуникации (chatbot, émoticône, GIF, like, retweeter), социальная сфера (flexitarien, post-vérité, queer), досуг (e-sport, gameurs, musical, spoiler, replay), экономика (disruption, fablab, startuper). Специалисты указывают, что существует четкая тенденция замещения французскими словами англицизмов, пришедших вместе с техническим прогрессом. Противостояние двух языков в этом смысле ученые называют искусственным.

Было выделено два языка, которые в последнее время оказали существенное влияние на пополнение словарного состава современного французского языка – это японский и итальянский языки. Очень разнообразные области человеческой деятельности послужили примером заимствований из японского языка: кулинария (gomasio, gyoza, teppanyaki, teriyaki, yuzu), традиционное искусство (kamishibai, kirigami) и др. Итальянский язык также щедро одарил французский в гастрономической области (spritz, burrata, ciabatta, focaccia, un ristretto, un barista). Разговорный язык современной французской молодежи активно заимствует лексику из арабского языка: sheh! («bien fait!»). Примеры влияния других языков очень несущественны.

5% составляют сложные слова, происхождение которые сложно определить. Такие термины, как «écosystème, eurométropole, myélorprolifératif», широко используемые в Организации Объединенных Наций, Европейской комиссией или Всемирной организацией здравоохранения.

Таким образом, проведенный анализ позволяет выявить актуальные тенденции обогащения словарного состава французского языка.

### **Литература:**

1. Larousse [Электронный ресурс]: словарь французского языка. – Режим доступа: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>.
2. Le Monde [Электронный ресурс]: французское периодическое издание. – Режим доступа: [/https://www.lemonde.fr](https://www.lemonde.fr)
3. Robert [Электронный ресурс]: словарь французского языка. – Режим доступа: [https:// www.le-dictionnaire.com](https://www.le-dictionnaire.com).

## РИТОРИКА КАК КОМПОНЕНТ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕ

А.А. Кукушкина, О.О. Айвазян, О.В. Лукьяненко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье сформулированы четыре закона современной риторики, грамотное пользование которыми позволяет говорящему завоевать внимание аудитории и удерживать его на протяжении всей речи, вести со слушателями диалог и обмениваться с ними мнениями, мыслями, эмоциями, одним словом, завоевать доверие и понимание со стороны публики.*

***Ключевые слова:** риторика, монолог, диалог, конкретизация, речевое общение, речевая ситуация, аудитория, социальный портрет, адресат.*

В современном обществе риторика, как искусство речи, является необходимым компонентом для достижения взаимопонимания оратора и слушателей. Владея в совершенстве законами современной риторики и грамотно их применяя, человеку может значительно повысить эффективность своей речи и научиться успешно взаимодействовать с собеседниками или слушателями.

Для начала нужно разобраться с общей риторикой, ее классическими законами. В основе риторики лежат правила монологической и диалогической речи, влияние этих видов общения на аудиторию. Классическим определением риторики является то, что «Речь должна быть сшита по мерке слушателя, как платье по мерке заказчика» [2]. Это означает, что говорящему необходимо в первую очередь учитывать особенности своей аудитории. Все четыре закона риторики, которые будут описаны ниже, связаны непосредственно с учетом особенностей аудитории и показывают, как и с помощью чего создается гармония между говорящим и адресатом.

Первым законом современной общей риторики является «Закон гармонизирующего диалога». Формулировка этого закона гласит: «Эффективное речевое общение возможно только при диалогическом взаимодействии участников речевой ситуации» [2].

В сущности, этот закон представляет собой не единое доказанное мнение о том, что говорящий должен взаимодействовать с аудиторией не как с пассивным объектом, которому он стремится передать информацию, а как с собеседником, пробуждая в слушателях различные эмоции, давая им формировать и высказывать собственные вопросы и мнения.

Термин «диалог» понимается как форма устного или письменного обмена информацией между двумя и более людьми. Но в современной риторике данный термин приобретает иной, более обширный смысл. Здесь не только

говорящий, но и слушатель является активным лицом. Замечательный русский филолог и философ М.М. Бахтин писал: «Жить – значит участвовать в диалоге: вопрошать, внимать, ответственность, соглашаться и т.д. В этом диалоге человек участвует весь и всю жизнь: глазами, губами, руками, душой, духом, всем телом, поступками. Он включает всего себя в слово, и это слово входит в диалогическую ткань Человеческой жизни, в мировой симпозиум» [2].

Для того, чтобы активно взаимодействовать со слушателями, говорящий должен знать принципы речевого поведения.

Первым принципом является внимание к адресату. При подготовке публичной речи необходимо представить себе слушателя, собеседника. Кто он? Каковы особенности его личности, характера? Чего он ждет от вашей речи, чем он может заинтересоваться? Какие темы не стоит затрагивать?

Рекомендуется составить социальный портрет слушателя. Он формируется после ответов на вопросы о роли собеседника по отношению к вам, росте и размере аудитории, круге интересов и запретных тем адресата, причине сбора аудитории и вашем личном интересе к этому собранию. Необходимо четко понимать, что аудитория может получить от оратора, как, когда и каким образом люди смогут использовать полученные знания.

Нужно помнить, что составление такого социального портрета аудитории будет полезно при любой ситуации: как при подготовке беседы личного или делового характера, так и при выступлении перед широкой аудиторией. Анализ аудитории поможет более подробно продумать ход беседы, диалогизировать даже публичный монолог (например, с помощью риторических вопросов, обращений к слушателю).

Вторым принципом является принцип близости содержания речи интересам и жизни адресата. Предварительно представив аудиторию и обрисовав ее интересы, необходимо продумать, факты, образы, примеры, взятые из повседневной жизни слушателей. Природа человека такова, что он острее переживает то, что касается его лично, то, что ему близко. Экспериментальным путем было доказано, что понимание содержания текста напрямую зависит от того, насколько та или иная описываемая ситуация близка и понятна слушателю. Исходя из этого рекомендуется на протяжении всей беседы напоминать адресату, почему сообщаемое так важно именно для него и как оно касается его жизненных интересов.

Третьим принципом является конкретность. Она помогает лучше воспринять звучащее слово, сконцентрироваться на определенном образе или понятии. Здесь обязательно должны присутствовать конкретные примеры, вместо родовых слов лучше использовать видовые, применять уточнения. Продумывая ход речи, отдельные подзаголовки, темы или вопросы необходимо формулировать как можно конкретнее.

Название второго закона общей риторики: «Закон продвижения и ориентации адресата». В соответствии с данным законом слушатель с помощью оратора должен ориентироваться в ходе речи и чувствовать, что вместе с говорящим движется к общей цели. Такого эффекта можно добиться только

путем тщательного структурирования и конкретизации каждого из этапов в речи, грамотного построения каждой фразы. Если все эти пункты будут выполнены, слушатель в полной мере ощутит себя участником процесса, сам будет скоординирован в данной деятельности, отчего будет ощущать, что имеет некую власть над ситуацией.

Закон эмоциональности – третий закон риторики. Данный закон гласит, что говорящий должен не одним лишь рассудком создавать свою речь, а переживать, чувствовать то, о чем он рассказывает, не бояться проявлять эмоции. Конечно, необходим и некоторый жизненный опыт, но владение голосом, средствами выразительности помогает получить отклик среди аудитории.

Четвертым законом риторики назван закон удовольствия. В нем говорится о том, что произносимая речь, будь то деловое, личное обращение или выступление на публику, будет действительна по-настоящему тогда и только тогда, когда будет доставлять удовольствие слушателю. Добиться этого удовольствия от адресата можно, работая с тремя основными правилами: проявлением интереса к предмету речи, уважением к собеседнику и повышением культуры речевого общения.

Таким образом, в современном мире все больше профессий связываются с постоянными переговорами, собеседованиями, публичными выступлениями и презентациями. Но многие люди еще до конца не оценили важность грамотного выступления, ведения диалога и т.д. А ведь это – целое искусство, позволяющее склонять в свою сторону людей, перенаправлять их мысли, заинтересовывать, получать ответные отклики от аудитории. Риторика является тем самым ключом к нахождению понимания и взаимодействия между людьми. Знакомство с азами ораторского искусства начинается как раз с четырех основных законов риторики. Они, как хорошо заложенный фундамент многоэтажного здания, дадут хорошую основу дальнейшему развитию человека как оратора, обладающего высокой культурой речи. Культура речи это то, чем каждый должен владеть. Так как без владения коммуникативно-речевых навыков не может быть достигнута эффективность в межличностной коммуникации [1, с.15].

#### **Литература:**

1. Ашинова З.Ш. Культура речи и ее влияние на этику общения в современных социально-экономических условиях развития общества / З.Ш. Ашинова, О.О. Айвазян // Материалы всероссийской научно-практической конференции «Социально-экономические аспекты развития современного общества в постолимпийский период», 28 февраля – 1 марта 2015 г., Краснодар. – С. 15-19.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – 318 с.

## РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

**Масри Моххамед Деб, О.О. Айвазян**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье рассматривается значимость национального русского языка как механизма передачи информации. А также изучается влияние языка на речевую культуру и мышление народа.*

***Ключевые слова:** русский литературный язык, национальный язык, речевая культура и мышление, общество.*

Актуальность выявления особенностей речемышлительного процесса как фактора развития речевой культуры заключается в том, что человечество живет в социокультурном социуме, а общение – неотъемлемая часть жизнедеятельности личности. Без навыков общения (коммуникации) невозможна эволюция разума. Процесс становления навыков коммуникации проходит длительный и трудоемкий период, заключающийся в первых попытках общения, похожих на детский лепет, который постепенно, с появлением цивилизации, стал совершенствоваться. Появилось письмо, и речь стала не только устной, но и письменной, что позволило сохранить достижения человечества для будущих потомков.

Коммуникация – это основа жизни человека. Успешное социальное, эмоциональное и интеллектуальное развитие невозможно без свободной коммуникации. Коммуникация – это сложный процесс, требующий множества навыков. Речь – только один из многих способов, которыми мы передаем свои сообщения [1].

Речь – это форма вербального общения людей, предполагающая формирование и формулирование мыслей, с одной стороны, и восприятие и понимание – с другой.

Речь – это вид коммуникативной деятельности человека, исторически сложившаяся форма общения людей. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл общения [2].

В современном социокультурном пространстве для достижения взаимопонимания важным является владение навыками коммуникации, что указывает на актуальность проблемы формирования языковой компетентности, включающей знания о языке и речи.

Речь представляет собой общение, выражение и передачу какой-либо информации при помощи языка. Посредством речи люди обмениваются

своими мыслями, мнениями и переживаниями, что способствует взаимопониманию [1, с. 125].

Как известно, язык – это сложная знаковая система. Его основой является алфавит – набор символов, из которых составляются слова, а из них фразы и предложения. Носителем и создателем языка является народ. С доисторических времен человек живет в обществе. Это вызывает необходимость сообщать одному человеку каким-либо образом свои мысли, чувства, желания. Таким образом, из потребности в общении возник язык. По словам Александра Гениса: «Язык – первое орудие труда, первая машина, помогающая человеку преобразовывать мир» [3].

Язык хранит в себе историю народа, который его создавал. Каждая эпоха не только привносит в язык что-то новое, но и забирает то, что устарело. Проследив за тем, как он менялся, можно увидеть как развивалось общество того или иного времени, обогащая его или упраздняя.

Язык является не только средством передачи информации, но и основным способом ее хранения. Переноса данные на бумагу при помощи чернил, пера, ручки, человечество передавало информацию из поколения в поколение. Пословицы, поговорки, сказки, былины – результат наблюдений народа, его опыта на протяжении веков: все это язык донес до современного поколения. Книги литературные и научные хранят знания и открытия прошлых поколений.

Итак, язык – это книга, в которой отображается вся история развития народа, весь его исторический путь, начиная от древнейших времен до наших дней. В каждой фразе прослеживается прошлое, неотступно сопровождающее людей, настоящее и будущее.

Известно, что в каждой стране есть свой национальный язык. Так, в Российской Федерации национальным языком является русский язык.

Согласно статистике, в нашей стране проживают более 20 различных национальностей. Каждый гражданин, независимо от национальности, обязан знать русский язык. Ведь, не зная государственного языка, мы не сможем общаться между собой в полной мере, и наши мысли останутся лишь «мыслями про себя». Любой национальный язык – это «копилка культуры народа», которая хранит языковые ценности нации.

Национальный язык – это язык народности, произведенный в ходе длительного становления народа на протяжении целых столетий. Он охватывает все сферы жизнедеятельности человека и речевого общения, вне зависимости от его социального положения, денежного дохода, уровня образованности и воспитания. Степень интенсивности данного процесса зависит от временного критерия и особых условий перехода от народности к нации. Изначально понятие «национальный язык» включает в себя, с одной стороны, язык литературной нормы, а с другой – совокупность элементов речевого общения, стоящих за пределами правил русского языка [3, с. 30].

Итак, необходимо отметить то, что передача информации в процессе коммуникации зависит от уровня речевого мышления нации, обработанности

литературного языка, т. е. от уровня как общей культуры, так и речевой культуры в обществе, что является важным составляющим взаимопонимания граждан.

Национальный русский язык – это уникальное богатство, которое следует передавать из поколения в поколение.

Речевая культура – это часть культуры, связанная с использованием вербальных сигналов, под которой подразумевают язык, его этническую особенность, функциональные и социальные разновидности, имеющие устную и письменную формы реализации.

Речевая культура человека не статична – она, как и язык, подвержена изменениям, которые зависят как от социальных трансформаций, так и от самого человека. Она начинает формироваться с первыми словами ребенка. Растет вместе с ним, трансформируясь в речевую культуру дошкольника, затем школьника, студента и взрослого человека. Чем старше человек, тем совершенней становятся его навыки говорения, письма, чтения и слушания. Есть навыки не только говорения и письма, но и слушания и чтения. Для коммуникативного совершенства человек должен владеть всеми навыками коммуникации, что предполагает овладение знаниями образцов, признаков и закономерностей построения коммуникативно-совершенной речи, этикетом и психологическими основами коммуникации.

Таким образом, культура речи в современном обществе просто необходима, она помогает быть общительным, правильным в своих поступках, действиях и речи. Однако появиться сама по себе, без соответствующих знаний, умений и навыков, культура речи не может. Культура речи формируется посредством длительного и кропотливого труда, что предполагает знание правил и норм русского языка, умение читать и слушать тех, кто оставил нам высочайшие образцы русской словесности.

#### **Литература:**

1. Айвазян О.О. Коммуникация и речь / О.О. Айвазян // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. – 2012. – № 3 (103). – С. 123-127.

2. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация.: Учебник для вузов / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина // Под ред. О.Я. Гойхмана. – М.: Инфра-М., 2001. – 272 с.

3. Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана / О.А. Лаптева. – М., 2012. – 30 с.

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В ИССЛЕДОВАНИИ СПОРТА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА

**В.В. Машкова, Т.А. Самсоненко**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В настоящее время все больший интерес исследователей привлекает такая дисциплина, как философия спорта. Это раздел философии, находящийся на ее пограничье с психологией, педагогикой, валеологией, культурологией. В данной статье сквозь призму различных теорий рассматривается спорт как социокультурный феномен, являющийся одним из институтов социализации и инкультурации личности в современном обществе.*

***Ключевые слова:** спорт, социокультурный феномен, философия спорта, герменевтические методы, интерпретативный метод.*

Роль спорта в современном обществе неуклонно возрастает, из относительно периферийной сферы деятельности он превращается в важный экономический и политический фактор, становится одним из маркеров национальной идентичности.

Среди современных исследователей укрепляется понимание того, что спорт – сложный социокультурный феномен, служащий одним из институтов социализации и инкультурации личности.

Спорт является сферой, где наиболее отчетливо и ярко проявляются процессы глобализации культуры и профессионализации человеческой личности, что усиливает процессы отчуждения, формирования, говоря словами Г. Маркузе, «одномерного человека». В обществе вызрел запрос на поиск инструментария, который бы позволил если не предотвратить эти процессы, то, по крайней мере, ослабить их деструктивные проявления.

С другой стороны, внутри философского сообщества не затихает дискуссия, начатая Й. Хейзингой еще в 1938 году. Нидерландский философ положил начало традиции, рассматривавшей спорт как изолированную сферу человеческой деятельности, не связанную ни с экономическими и политическими практиками, ни с феноменами духовной, в том числе религиозной культуры.

Эта точка зрения нашла как своих сторонников, так и противников. Вопрос о том, является ли спорт изолированной, самодостаточной практикой или же он представляет собой важный социокультурный институт, тесно связанный с другими, долгое время обсуждался в научной литературе. Наиболее активно в дискуссии участвовали англоязычные авторы, прежде всего из США.

В качестве примеров могут быть названы работы А. Гутмана, М. Макнейми, С. Миллера, У. Моргана, Д. Филипса, Х. Рида, Т. Скэнлона и др.

В русскоязычной литературе рассматриваемая нами проблема недостаточно освещена. В известной степени темы социокультурного значения феномена спорта касались В.И. Столяров, В.В. Столбов, Р.М. Загайнов и некоторые другие авторы. Как правило, они развивали тезисы Й. Хейзинги об изолированном характере спортивной деятельности, слабо связанной с другими социальными практиками.

На наш взгляд, этот тезис нуждается в существенной корректировке, поскольку недостаточно подтвержден конкретным эмпирическим материалом.

Такой раздел философии, как философия спорта, во главу угла ставит два принципиальных вопроса. Первый из них: является ли спорт изолированной сферой жизни или значимой социальной практикой.

Вторая проблема, тесно связанная с первой, это связь между спортивными ценностями и ценностями общества как целостной социокультурной системы.

Оба названных вопроса исследовал нидерландский философ, историк и исследователь культуры Й. Хейзинга в работе *Homo ludens* [2], являющейся примером одного из самых плодотворных аналитических исследований роли спорта в истории, предпринятых с гуманистических позиций. Главный тезис книги заключается в том, что ошибочно считать, будто спорт компенсирует исчезновение игровых проявлений в жизни социума. Действительно, разного рода соревнования в силе, выносливости и ловкости всегда были составной частью различных культур. Однако они не подпадают под определение категории «игра», данное Й. Хейзингой, вследствие их агонального (состязательного) характера.

По мере обретения спортом как сферой социальной жизни системного характера происходило ослабление его игрового характера. Главным показателем этого стало разделение лиц, причастных к спорту, на профессионалов и любителей. Община, формирующаяся вокруг спорта, разделила людей на тех, для кого спорт остается игрой, и на тех, для кого он таковой уже не является. Это связано с тем, что деятельность спортсмена-профессионала не подпадает под системные характеристики игры в понимании Й. Хейзинги. Она не является частью собственно культурного процесса, разворачивающегося вне пределов спорта как такового. В «*Homo ludens*» исследователь характеризует спортивные практики как «изолированные», «искусственные», не имеющие ничего общего с теми, которые реализуются в остальных сферах человеческой деятельности. Однако это не исключает того, что отдельные ценности, разделяемые в мире спорта, оказывают влияние и на ценности общества в целом.

На последнее обращает внимание и современный бельгийский исследователь, работающий в сфере «философии спорта», Я. Толленер и его соавторы [8].

По мнению Й. Хейзинги, игровые элементы культуры влияют на интерпретацию людьми жизни и различение ими добра и зла. Так, в античной

культуре отсутствовала четкая граница между игровым и неигровым аспектами жизни. Согласно В. Йегеру, границы между ними были размыты и подвижны, поскольку древние греки не всегда были в состоянии провести четкую грань между понятиями «пайдейя» и «агональность».

Термин «пайдейя» (по-древнегречески παιδεία – «воспитание детей» от παιδός «мальчик, подросток») – это категория античной философии. Она, с одной стороны, коррелирует с современным понятием «образование», с другой связывается с влиянием на природу человека – «фюсис», другие варианты написания «физис», «фюзис» (φύσις). Поэтому греческое понятие «пайдейя» часто считают аналогом латинского слова «культура» и интерпретируют как инкультурацию, приводящую к созданию культуры личности и общества.

Концептуализацию термина «пайдейя» в новейшее время осуществил немецкий филолог и историк философии В. Йегер [1].

«Агональность» – термин, означающий состязание, игру, соревнование. Происходит от древнегреческого понятия «агон», в свою очередь, восходящего к глаголу ago (гнать, направлять, вести).

В Новое время концепцию «агональности» впервые начал разрабатывать Я. Буркхардт, использовавший данный термин для обозначения всеобщей состязательности как важной черты античной культуры. Однако он не отождествлял агональность с игрой, хотя и признавал ее связь с нею. Й. Хейзинга занимал иные позиции, считая, что «агональное» является как сущностной характеристикой игры, так и ее проявлением.

Если обратиться к соотношению понятий «пайдейя» и «агон», как оно понималось в античности, то, по мнению В. Йегера, границы между этими феноменами были размытыми. Так, Платон использовал термин «пайдейя» для характеристики религиозных церемоний, которые ни в коем случае нельзя понимать как форму воспитания детей. Это значит, что даже самые иррациональные на внешний взгляд действия, связанные с социальными практиками, играли большую роль в решении задачи осмысления человеком окружающей его реальности [1].

В аспекте решения этой задачи Й. Хейзинга задался вопросом, сохраняет ли современный спорт потенциал социальной практики, и дал на него отрицательный ответ.

Современный американский историк спорта А. Гуттман в работе «От ритуала к рекорду: природа современного спорта» показал, что процессы специализации и профессионализации в спорте уменьшили его игровой элемент до такой степени, что спортивные состязания уже не могут считаться разновидностью игровой деятельности даже в том виде, в каком понимал ее Й. Хейзинга. Модернизация спорта уничтожила его игровую природу [4].

Таким образом, функции современного профессионального спорта, по мнению ученого, не имеют ничего общего с задачами, которые спорт выполнял в Древней Греции. Спорт трансформировался в такой степени, что его органическая связь с повседневным функционированием общества была прервана. Она сохранилась лишь в любительском спорте. Задаче ее укрепления

послужило возникшее в том же XIX столетии движение так называемого «мускулистого христианства». Одной из его целей стало введение спорта в программы общеобразовательных школ. Сторонники данного течения считали такую меру необходимой, так как позволило бы использовать спорт и – шире – физическую активность как таковую в качестве инструмента трансляции различных ценностей, значимых не только для самих лиц, занимающихся физической культурой (забота о своем здоровье), но и для общества в целом.

Последователем этого направления был, в частности, считающийся «отцом» олимпийского движения П. де Кубертен. Позже позиция «мускулистого христианства» легла в основу педагогических и других научных теорий, на почве которых в 70-е годы XX века и возникла философия спорта. По мере того, как философия спорта интегрировалась со спортивной педагогикой, главной темой исследований философов спорта стал вопрос о том, как соотносятся собственно спортивные ценности с ценностями общества в целом. В сообществе представителей этой научной ветви продолжается дискуссия, начало которой положил Й. Хейзинга. По мнению германо-британского исследователя П. Вайсса, спорт обладает значимой педагогической ценностью. Он полагает, что это та площадка, на которой люди впервые встречаются с ценностями и идеалами повседневной взрослой жизни. Следовательно, П. Вайсс и его последователи доказывают, что закономерности, которым подчинен спорт, имеют гораздо больше общего с законами общества в целом, нежели предполагал Хейзинга.

Однако, как отметил М. Макнейми, философский фон развернувшейся дискуссии – это аналитическая философия, англо-американская философская традиция, получившее широкое распространение в середине XX века и наследующая традиции неопозитивизма, прагматизма и других сциентистских направлений философии. Такая методология, по мнению М. Макнейми [6], заводит философию спорта в тупик. Следовательно, методологию англо-американской аналитической философской школы применительно к философии спорта необходимо дополнить герменевтическим методом. Больше того, именно проблемы герменевтики, а не аналитического направления, лежали в основе философии спорта с самого ее начала.

На самом деле герменевтические методы уже давно применяются в философии спорта. Однако философы англо-американской традиции не осознавали этого, поскольку они редко используют сам термин «герменевтика». Тем не менее самая распространенная нормативная теория, которая используется в философии спорта, известна как интерпретативизм. Между тем, интерпретация – один из ключевых терминов герменевтики. Больше того, философы спорта, работавшие в рамках «интерпретативного метода», Р. Саймон и Д. Рассел, основывали свои изыскания на идеях таких представителей герменевтики, как А. Макинтайр и Р. Дворкин.

Аласдер Чалмерз Макинтайр – один из крупных представителей современной американской политической философии и этики, автор книги «После добродетели: Исследования теории морали».

Рональд Дворкин – американский и британский юрист, политолог, философ, создавший концепцию «права как целостности».

Саймон и Рассел, в частности, заимствовали концепцию «социальной практики» Макинтайра для описания природы спорта. Это позволяет нам сделать вывод о том, что основная цель интерпретативного метода в философии спорта – выявление внутренних ценностей спорта как сферы человеческой деятельности.

Однако следует отметить то, что анализ спорта в рамках интерпретативного подхода не в полной мере учитывает наработки герменевтики. Как отмечал У. Морган, такой подход недостаточен, потому что пытается свести феномен спорта к действию лишь какого-то одного фактора [7].

Утверждения о спорте, сделанные в рамках интерпретативного подхода, недостаточно учитывают результаты исследований в области герменевтики. После того, как Х. Гадамер подверг жесткой критике философские взгляды Ф. Шлейермахера и В. Дильтея, ученым стало ясно, что задача герменевтики состоит не в поиске какого-либо одного фактора, анализ которого позволил бы интерпретировать реальность, а в том, чтобы понять эту реальность целиком, во всей ее сложности [3].

Следовательно, при герменевтическом анализе спорта как феномена культуры этот феномен не может рассматриваться на основе какого-либо одного принципа. Должна быть проведена сложная интерпретация целой сети элементов, формирующих спорт. В соответствии с методологией Гадамера, такая интерпретация должна носить циклический характер, но не принимать вид порочного круга. В циклическом характере когнитивного процесса заложена возможность для самого глубинного постижению реальности. Разумеется, по мнению, высказанному еще М. Хайдеггером, эта возможность реализуется только тогда, когда исследователь понимает, что его задача состоит не в попытках доказать заранее принятые истины или концепции, популярные среди ученых, а в стремлении достичь достоверного знания [5].

С точки зрения М. Хайдеггера, процесс интерпретации носит постоянный характер и не имеет какой-либо точки логической кульминации. Однако в ходе циклического познавательного процесса ученый обнаруживает основные герменевтические предпосылки рассматриваемой проблемы.

Согласно Хайдеггеру, нет логической кульминации процесса интерпретации. Тем не менее во время циклического движения понимания мы обнаруживаем основные герменевтические предпосылки рассматриваемого вопроса [5].

Как отмечает Н. Дейви, герменевтика размышляет над историческими и культурными предпосылками конкретного опыта и стремится увидеть в них элементы проблем, характера и способа существования тех, кто переживает определенный опыт, углубляя наше понимание того, что лежит в основе такого опыта и подразумевается в нем [3].

Таким образом, правильное понимание в исследованиях социокультурного феномена спорта может быть достигнуто лишь при учете

культурных и социальных факторов, лежащих за пределами собственно спортивной деятельности.

**Литература:**

1. Йегер В. Пайдейя. Воспитание античного грека (эпоха великих воспитателей и воспитательных систем). – Том 2. – М.: Греко-латинский кабинет Ю. А. Шичалина, 1997. – 336 с.

2. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий. – СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. – 416 с.

3. Davey N. Unquiet understanding: Gadamer's philosophical hermeneutics. – Albany: State University of New York Press, 2006. – 311 pp.

4. Guttmann A. From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports. – New York: Columbia Univ. Press, 1978. – 198 pp.

5. Heidegger M. Being and Time. – Oxford: Blackwell Publishers, 1962. – 590 pp.

6. McNamee M.J. Celebrating Trust; Virtues and Rules in the Ethical Conduct of Sports Coaches // McNamee, M.J., Parry, S.J. (eds.). Ethics and Sport. – London: Routledge, 1998. – 148 pp.

7. Morgan W.J. Broad internalism, deep conventions, moral entrepreneurs and sport // Journal of the Philosophy of Sport. – 2012. – №39 (1). – Pp. 65-100.

8. Tolleneer, J., Sterckx, S., Bonte, P., Athletic Enhancement, Human Nature and Ethics: Threats and Opportunities of Doping Technologies. – New York: Springer, 2013. – 315 pp.

## СПОРТИВНЫЕ СОСТЯЗАНИЯ КАК СПОСОБ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ДРЕВНЕЙ ГРЕЦИИ

**В.В. Машкова, Т.А. Самсоненко**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье рассматриваются спортивные состязания как способ разрешения конфликтов в Древней Греции. Отмечается, что античный спорт был связан с традициями гостеприимства, подчеркивается, что существовала устойчивая связь между спортом, полисной жизнью, религиозными нормами и социальными законами.*

***Ключевые слова:** спортивные состязания, Древняя Греция, конфликты, гостеприимство, Олимпийские игры, полис.*

Древнегреческие спортивные состязания были одним из способов мирного разрешения конфликтов между людьми. Они позволяли дать ответ на вопросы, могут ли жители региона жить и соревноваться «под одной крышей», не убивая друг друга, каковы пределы эгоистического самоутверждения индивидов, в какой степени они могут конкурировать друг с другом, можно ли превратить конкуренцию в сотрудничество. Соревнования представляли собой модель поведения в большом обществе. Именно поэтому они были подчинены одной из самых важных ценностей древнегреческой культуры – гостеприимству.

Античный спорт был тесно связан с традициями гостеприимства и общения между гражданами различных полисов. Практиковался обычай обмена дарами. Существовал такой институт древнегреческого международного права, как проксения (προξενία) – общественное гостеприимство. Проксения зародилась из ксении, ритуального гостеприимства, соглашение о котором достигалось между двумя лицами, являвшимися представителями разных полисов. Такое соглашение накладывало на его стороны (ксенов) определенные взаимные обязательства. Окончательные формы проксения приобрела к V веку до н. э. Она стала важным политическим фактором и играла важную роль в дипломатических отношениях между полисами.

Участники Олимпийских игр собирались перед ними в определенном месте. Им была Элида (Ἠλεία), историческая область на северо-западе Пелопоннеса, находившаяся под контролем полиса Элиды. На ее территории находилось общегреческое святилище в городе Олимпия. Здесь спортсмены встречались для проведения тренировок, строгого соблюдения предусмотренных диет, показа своих навыков. Они узнавали как о правилах поведения в городе, так и о правилах проведения самих Игр, учились правильно вести себя. В этом им помогали элланодики (Ἑλλανοδίκαί, hellanodikai), так назывались члены специального комитета, состоявшего из граждан Элиды,

которые выполняли функции судей в ходе проведения Олимпиад. До того, как в программу Олимпиады был введен так называемый «двойной бег» (бег на дистанцию в две стадии), за соблюдением правил следил всего один элланодик. После расширения программы Игр число возросло до двух, а затем – десяти [1].

Отношения между прибывшими и полисом были двусторонними. Город должен был принимать атлетов, а те, в свою очередь, научиться нормам поведения и соблюдать их в своей деятельности. Этим нормам и учили элланодики. Перед тем, как выступить перед зрителями, участники состязаний должны были доказать элланодикам, что десять месяцев, посвященных подготовке к соревнованию, они усердно занимались тренировками. Для этого они давали клятву перед статуей Зевса. Отцы, братья и учителя спортсменов, в свою очередь, клялись в том, что соревнующиеся не окажутся замешанными в каком-либо преступлении. В тексте олимпийской клятвы были слова: «Я честно и упорно готовился и буду честно соревноваться со своими соперниками!». За тридцать дней до начала Игр участники предварительно демонстрировали элланодикам свое мастерство [2].

Достойными того, чтобы приехать в Олимпию, считались лишь те, кто соблюдает правила, принятые в этой местности. Таким образом, спорт в Древней Греции подчинялся строгим этическим нормам. Сам термин «этика» происходит от древнегреческого слова ἦθος — «нрав, обычай». Первоначально, впрочем, у слова было иное значение. Под «этосом» понималось место совместного проживания и нормы и правила, таким проживанием обусловленные. Поскольку древнегреческая этика была связана с концептом «место проживания», «дом», то она в значительной степени базировалась на личных отношениях между гражданином полиса и приезжим, с тем, каким образом местные жители должны принимать иностранцев, и с тем, как должны гости относиться к социальным и религиозным правилам посещаемой местности. На фронтоне храма Зевса в Олимпии изображена битва мифических существ лапифов с другими мифическими существами – кентаврами. Согласно известному мифу, царь лапифов Пирифой справлял свадьбу с Гипподамией на горе Пелион. На торжество были приглашены кентавры, обитавшие поблизости и бывшие родственниками невесты. Кентавры, выпив чрезмерное количество вина, попытались изнасиловать невесту, но были изгнаны. Они понесли наказание именно за то, что явным образом нарушили законы поведения в чужом доме и оскорбили его хозяина. Таким образом, главный миф об Олимпии, главном городе античного спорта, связан с этическими нормами поведения приглашенного, его обязанностей по отношению к гостеприимному хозяину. С этими же нормами было связано и главное спортивное событие древнегреческого спорта – Олимпиада.

Первая Олимпиада в Древней Греции состоялась в 772 году до нашей эры. Философия как категориальная рефлексия мировоззрения зародилась в VII в. до н. э., а афинская демократия – в пятом. Таким образом, поскольку появление спорта предшествовало зарождению философии и демократического политического строя, то многие исследователи, например, С. Миллер и Х. Рид,

полагают, что некоторые из принципов античного спорта, зародившись в его лоне, перешли и в политику, и в философию.

Однако нам представляется более убедительной точка зрения А. Гутмана, занимавшего менее радикальные позиции. Названный ученый полагал, что первоначально имело место синкретичное, целостное общественное сознание, которому был присущ агонистический характер. И из этой нерасчлененной формы общественного сознания постепенно и одновременно друг с другом выделились и спорт, и политика, и философия. Утверждать же, что существует непосредственная причинно-следственная связь между спортом как первоначальной формой социальной деятельности и политикой и философией, мы не имеем оснований. Нет исторических свидетельств, которые бы подтверждали это.

Взаимосвязи между названными отраслями человеческой деятельности мы можем установить, только установив механизмы их происхождения. По мнению Д. Филиппса, греческий спорт всегда был связан с политикой.

Изначально Игры символизировали единство всех древнегреческих полисов и наличие у них общих ценностей, определяющих их жизнь вне зависимости от отличий между городами. В расчет брались лишь различия, обусловленные физическими навыками игроков.

Тем не менее соперничество между участниками соревнований нередко приводило к нарушению этого принципа. Соревновались не только спортсмены, стремившиеся показать свое физическое превосходство, но и сами полисы, использовавшие Игры для демонстрации своей силы и влияния. Согласно Филиппсу, самые крупные в античных Афинах агоны – Панафинейские игры (Παναθηναία) и связанные с ними религиозно-политические торжества, проводившиеся с 566/565 гг. до н. э., были организованы афинянами для того, чтобы показать обитателям других античных полисов превосходство своего города. Выдача победителям щедрых призов должна была демонстрировать умения афинских ремесленников и богатство местной экономики. Кроме всего сказанного, разумеется, Панафинейские игры служили прославлению Афины – божественной покровительницы города, ко дню рождения которой и было приурочено торжество [3].

Города-государства принимали спортсменов из других полисов, используя это как механизм повышения престижа своего города. Гости получали от властей полиса особые привилегии, такие как, например, пожизненное бесплатное питание, налоговые и иные льготы.

Более того, многие античные политики использовали спорт как инструмент усиления личной власти. Так, Филипп II Македонский создавал себе образ защитника олимпийского идеала для привлечения на свою сторону большего количества союзников [2].

Греческие атлеты были проникнуты духом соперничества, побуждавшим их превзойти соперников и достичь славы, став практически бессмертными.

Современный исследователь Ю. Тунсель, исходящий из тезиса Я. Буркхардта о жизненной важности принципа агональности для Древней Греции,

утверждает, что агон лежал в основе практически любой древнегреческой социальной практики [5].

Агон воспринимался членами античного социума как инструмент «пайдейи», обеспечивающий социализацию человека и овладение им принятыми в обществе нормами и ценностями.

Древнегреческий спорт являлся одним из воплощений категории «пайдейя» (воспитание, культура), влияющей и на поведение людей вне пределов собственно спортивной сферы, в том числе и в такой отрасли, как политика.

Рассматривая правила, которым в равной степени были подчинены и спорт, и политические практики Древней Греции, мы сможем лучше понять взаимосвязь между ними и концептом «агон». И политика, и спорт были основаны, в первую очередь, на принципе состязательности, осуществляемой в соответствии с несколькими общими принципами и в определенных дискурсивных рамках. Например, как граждане полиса, участвующие в политической жизни, так и спортсмены – участники соревнований состязаются на равных и следуют одним и тем же стандартам, чтобы их результаты оценивались одинаковыми мерками.

Участники состязаний демонстрировали свое превосходство в тех или иных видах соревнований и сами являли собою примеры ценностей и добродетелей, лежавших в основе нравственно-этической системы древнегреческого общества. Как утверждает исследователь Т. Скэнлон, скульптуры Геркала, Эроса и Гермеса устанавливались в гимназиях (*γυμνάσιον* - от древнегреческого слова *γυμνάς* – обнаженный). Так назывались воспитательные учреждения в Древней Греции, которые совмещали элементы общеобразовательного курса с обучением чтению и письму с интенсивным курсом физической подготовки [4].

Каждый из представителей этой триады олицетворял соответствующую ценность: Гермес – красноречие, Геракл – силу, Эрос – общение. Люди усваивали эти ценности в ходе занятий спортом. По нашему мнению, и три вышеупомянутых принципа, которые лежали в основе дискурса «агона» (изономия, изогория и изократия), также постигались древними греками через спорт.

Таким образом, можно сказать, что существовала устойчивая связь между спортом, полисной жизнью, религиозными нормами и социальными законами в Древней Греции. Древнегреческие спортивные состязания и принципы, на которых они были основаны, легли в основу полисной системы с ее демократическими традициями и являлись способом разрешения конфликтов.

#### **Литература:**

1. Бакал Д.С. Большая олимпийская энциклопедия /Д.С. Бакал и др. – М.: Эксмо, 2008. – 592 с.
2. Miller S. G. Ancient Greek athletics. – Yale: Yale University Press, 2004. – 288 pp.
3. Philips D. J. Athenian political history. A panathenaic perspective // Philips D. J. (Ed.). Sport and festival in the ancient Greek world. – Cardiff: Classical Press of Wales, 2003. – Pp. 197 - 292.
4. Scanlon T. F. Eros and Greek Athletics. – New York: Oxford University Press, 2002. – 466 pp.
5. Tuncel Y. Agon in Nietzsche. – Milwaukee: Marquette University Press, 2013. – 271 pp.

## ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ, ПРЕДЛОЖЕННЫЕ СОЦИОЛОГОМ Г. СПЕНСЕРОМ

Т.А. Михайлова, Ю.Г. Бич

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье дается анализ знаменитого педагогического сочинения английского социолога Герберта Спенсера, который считал, что необходимо выбрать те методы воспитания, которые помогают сохранить крепкое здоровье и веселый нрав. Актуальным в наши дни всеобщей компьютеризации являются мысли о гармоничном воспитании детей, о саморазвитии, правильном питании, моральном благополучии, естественном процессе воспитания, когда детей излишне не ограждают от трудностей. В воспитательном процессе нельзя упускать ни одну сторону.*

***Ключевые слова:** физическое воспитание, образование, социолог Герберт Спенсер, подрастающее поколение, методы воспитания, законы умственного развития.*

На наш взгляд, необходимым и важным составляющим образовательного процесса является воспитание подрастающего поколения, которое на сегодняшний день особенно актуально. В свое время выдающийся биолог, антрополог, врач, педагог и пр. Петр Францевич Лесгафт, занимавшийся вопросами физического воспитания человека подметил: «При воспитании необходимо, чтобы ребенок находился всегда в условиях, при которых он может свободно развиваться: он должен по возможности сам преодолевать встречаемые им препятствия, приучаться к постоянной, но не однообразной работе с определенной целью, понимать правду и, кроме прямо к нему обращенного слова, не подвергаться никаким поощрениям или наказаниям» [1, с. 208].

Знаменитая научная работа выдающегося английского социолога и философа Герберта Спенсера заслуженно является научным трудом мирового значения, поскольку дает возможность педагогам, воспитателям, молодым родителям и пр. людям постичь базовые составляющие всестороннего процесса воспитания детей, что так важно для всего человечества. Педагогическое сочинение английского социолога Герберта Спенсера состоит из четырех глав, в которых даются практические рекомендации об умственном, нравственном и физическом воспитании подрастающего поколения. Впервые данное сочинение появилось в Англии в 1861 году и вскоре было переведено на все европейские языки, тогда как в России данная книга появилась лишь 1877 году [2, с. 3].

В начале своего знаменитого научного труда Г. Спенсер отметил, что время для приобретения знаний ограничено и задается риторическим вопросом

«Чему действительно стоит учиться?», а также начинает над этим размышлять. Например, он утверждал, что для людей приоритетней те знания, которые приносят успех и почести, признание обществе и пр., а совсем не те, которые намного важнее, поскольку в воспитании знания ценятся по их внешним эффектам, а не по их внутреннему достоинству [2, с. 9]. Первое, над чем стоит задуматься, по мнению Г. Спенсера – решить, на чем остановить свое внимание среди огромного количества разнообразных предметов, т.е. по выражению Бекона, «определить относительную ценность знаний» [2, с. 12].

Цель воспитания Г. Спенсер видит в том, чтобы подготовить «нас» к полной жизни, поэтому при воспитании детей ученый предлагает выбирать те предметы и методы преподавания, которые ведут именно к этой цели [2, с. 13-14]. Ученый полагает, что наука, преподающая как сохранить крепкое здоровье и веселый нрав, должна занимать первое место среди других знаний [2, с. 23].

На наш взгляд, здесь уместно вспомнить, например, что в воспитании будущих воинов в Древней Спарте уклон делался именно на физическое развитие. Примерно с семилетнего возраста мальчики переселялись из дома в военные лагеря, где жили вместе со сверстниками и самыми мудрыми и опытными воинами Спарты. Они постепенно привыкали к аскетическому быту, занимаясь своей физической подготовкой, впоследствии становясь самыми сильными смелыми выносливыми воинами того времени [5, с. 6].

Первостепенными по важности ученый Г. Спенсер считает те знания, которые ведут к самосохранению [2, с. 15], а при равных достоинствах знаний, впереди должны быть знания, которых quasi-существенное и условное достоинство [2, с. 18-19].

В своем сочинении Герберт Спенсер акцентировал внимание и на подготовке к родительским обязанностям, так он отмечал: «От умения обращаться с потомством зависит жизнь этих потомков, зависит их моральное благополучие, а между тем никаких указаний относительно обращения с потомством не дается тем, кто со временем возьмет на себя родительские обязанности» [2, с. 31-32], автор сетует на то, что никто не удивляется этому.

Говоря об умственном воспитании, ученый отмечает, что после эпох, где доминирующим было физическое воспитание ребенка, появилась эпоха с доминированием в развитии только ума и приобретением знаний, однако в итоге же Спенсер говорит о необходимости заботы и развития в ребенке и тела и души [2, с. 70]. Джон Форбс говорил о том, что полнейшее отречение от физических упражнений и погоня за развитием ума приведет в итоге не только к функциональному расстройству ребенка, но и к физическому уродству [2, с. 213].

По мнению автора научного труда, приобретение знаний учащимися должно быть приятным, а не в тягость им, т.е. уроки должны прекращаться до того, когда у ребенка появятся симптомы утомления [2, с. 77]. Спенсер пишет об умственной эволюции, где существует естественный процесс, в течение которого нельзя развивающемуся уму навязывать искусственные формы и пр. [2,

с. 69]. Ученый считает, что истинное воспитание может дать только истинный философ [2, с. 84].

Социолог выделил в своем сочинении руководящие принципы воспитания, среди них:

- законы умственного развития,
- развитие ума,
- уроки должны идти от конкретного к абстрактному,
- умственное развитие расы,
- любая отрасль знания требует, чтобы люди шли от эмпирического к рациональному,
- прогресс путем самообучения и пр. [2, с. 87-94].

Воспитание нравственное в работе Г. Спенсера предполагает необходимость подготовки молодежи к житейским обязанностям [2, с. 127], Весьма уместно будет вспомнить, как строилось воспитание в Московском университете в первой четверти XIX в., которое, прежде всего, включало обязательно любовь к Родине. Старшие, начальство и профессура, будь то дворяне или разночинцы, были едины в своем стремлении сочетать воспитание и обучение в патриархальном, семейственном духе [4].

Спенсер отмечает, что трудности нравственного воспитания возникают по двум причинам – от недостатков родителей в соединении с недостатками детей [2, с. 132]. Истинно воспитательная дисциплина заключается в том, чтобы заставить испытывать результаты, которые вытекают из поступков, независимо от вмешательства родителей [2, с. 143]. Являясь сторонником естественного воспитательного метода, ученый отмечает, что его преимущество в том, что в его основе лежит истинная справедливость [2, с. 147]. Автор научного труда дает по воспитанию детей следующие рекомендации родителям: «Не надо оберегать ребенка от тех маленьких опасностей, которым он подвергается ежедневно, надо только советами предупреждать его остерегаться их» [2, с. 157]. Грубое обращение детей между собой является следствием обращения в семье с ними взрослых людей (дурной пример), а семейный разлад толкает детей ко лжи и мелкому воровству [2, с. 158]. По словам ученого, высшая степень развития умственного состояния мужчины и женщины достигается только путем исполнения родительских обязанностей [2, с. 171]. Эрих Фромм написал следующее о нравственном воспитании: «Если человек достигает в своем развитии полной зрелости в соответствии со свойствами и законами человеческой природы, то он обретает душевное здоровье» [3, с. 17].

Физическое воспитание ребенка у Герберта Спенсера прежде всего включает обязательные занятия физической культурой для сохранения, прежде всего их здоровья, и привитие детям правильного питания. Вот какие рекомендации ученый дает родителям: например, детская пища должна быть питательней пищи взрослых людей [2, с. 185], тело ребенка быстрее теряет теплоту, поэтому для него необходимо большое количество греющей пищи [2, с. 186], пища ребенка должна быть питательной, более разнообразной и обильной [2, с. 195].

В итоге мы можем резюмировать следующее: для ребенка необходимо полноценное и качественное воспитание, которое должно быть равноценно и не исключать ни одну из его сторон. Герберт Спенсер отмечает, что «в жизни человека физическая сторона составляет основу умственной и что не следует развивать умственную сторону в ущерб физической» [2, с. 228], призывая всех распространять мнение, что сбережение здоровья – наша обязанность!

**Литература:**

1. Лесгафт П.Ф. Семейное воспитание ребенка. – СПб, 2014. – 224 с.
2. Спенсер Г. Воспитание умственное, нравственное и физическое. – М, 2013. – 232 с.
3. Фромм Э. Здоровое общество. – М., 2016. – 448 с.
4. Хорошилова Л.Б. Воспитание в Московском университете в первой четверти 19 в. / Л.Б. Хорошилова, В.В.Пономарева // Педагогика. – 2000. – №10. – С. 76-80.
5. Чаклин А.В. Сохранить здоровье смолоду / А.В. Чаклин, А.Н. Милюевская. – М., 1987. – 144 с.

**Е.А. Найденко, А.В. Тонковидова, М.В. Свириденко**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению взглядов французского философа Ж. Бодрийяра на особенности коммуникационных процессов в эпоху постмодерна.*

***Ключевые слова:** симулякры, симуляция, коммуникация, виртуальная коммуникация.*

Французский философ Ж. Бодрийяр, характеризуя современное общество, полагал, что в основе его функционирования лежит принцип симуляции (от «симулякр», – понятие, означающее копию, не имеющую оригинала, игру знаков, а также «особые социальные отношения», сложившиеся в эпоху постмодерна).

Поскольку симулякры по своей природе лишены содержания, представляя собой лишь форму, их развитие заключается в изменении характера самих форм. Так, в эпоху Возрождения появилась подделка, охватившая многие сферы жизнедеятельности, что, по мнению Ж. Бодрийяра, было вызвано устремлением людей этой эпохи к унификации социальной жизни, регулируемой буржуазными ценностями, провозглашенными для всех, вне зависимости от социального статуса.

В эпоху промышленного переворота образовались новые знаки: вещи не надо было подделывать, поскольку появилась возможность их производить в неограниченных количествах – вещи становились симулякрами друг друга. С окончанием процесса первоначального накопления капитала, серийное производство уступает место «порождающим моделям», «все формы меняются с того момента, когда их уже не механически воспроизводят, а изначально задумывают исходя из их воспроизводимости, из дифракции порождающего ядра-модели» [2, с .124]. Отметим, что эта ситуация означает появление третьего вида симулякров, когда формы выводятся из моделей «путем моделирования отличий». Современное производство является «операциональной симуляцией». В связи с этим французский философ отмечает, что симулякры первой и второй модификации все же имеют прототипы в реальном бытии, тогда как современный тип симулякров лишен этой существенной черты, составляя субстанциальную основу различных видов деятельности и социальных процессов.

Следует подчеркнуть, что особенности развития общества с неизбежностью обуславливают и специфику социальной коммуникации. Именно этой сфере Ж. Бодрийяр уделяет пристальное внимание. При этом заметим, что основные характеристики коммуникации, данные философом в конце прошлого века, не потеряли своей актуальности и в современном мире [3].

Бодрийяр обращает внимание на изменение объектов, образующих коммуникационное пространство: прежде люди жили в мире «зеркала» (Я – Другой), театральных подмостков, тогда как современного человека окружают мониторы, сети, интерфейсы. В первом случае коммуникация основана на непосредственном языковом общении, что обуславливает ее антропологический характер. Во втором случае коммуникация виртуальна: ни слова, ни взгляды «никогда не соприкасаются», вследствие чего общение обретает абстрактный характер, теряя свое человеческое измерение.

Современный человек, или, согласно Бодрийяру, Человек Телематический, постепенно утрачивает духовную активность, превращаясь из субъекта общения, в операциониста: задавая машине программу, он вынужден выполнять то, на что она запрограммирована. Характер современной коммуникации философ демонстрирует на примере использования людьми некоторых, хорошо всем известных технологий.

Для улучшения зрения человек пользуется очками или контактными линзами, которые можно представить в качестве «протезов», заменяющих или «поглощающих собственный» взгляд. Другой пример связан с использованием фотоаппарата. Французский философ отмечает, что в процессе фотографирования, виртуальные свойства присущи не субъекту, способному отражать мир в соответствии с собственным видением, а объекту, «использующему виртуальную среду объектива» [1, с. 83], объектива-«протеза». Складывается парадоксальная ситуация, согласно которой люди фотографируют, чтобы забыть объект съемки, а не запомнить его. При непосредственном восприятии человек определяет некоторые характерные черты объекта, что способствует формированию представления о нем. Похожая ситуация складывается в процессе контакта человека с монитором: считывается информация, коммуникация носит формальный, поверхностный, знаковый характер, при этом нет необходимости в наличии собственного мировоззрения.

В эпоху постмодерна меняется цель общения: собеседником человека становится экран, он же выступает и в качестве средства коммуникации – «...интерактивный экран преобразует процесс общения в равнозначный процесс коммутации» [1, с. 79].

Вывод очевиден: современный человек не противостоит «виртуальной машине», он срачивается с ней, образуя единое целое. Кроме того, виртуальный характер коммуникации является причиной того, что мышление людей теряет глубинный, сущностный характер, отныне это – «скольжение по поверхности»[4] или еще один из видов симуляции.

#### **Литература:**

1. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. – М., 2006.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М., 2006.
3. Найденко Е.А. Вспоминая Бодрийяра / Е.А. Найденко, А.В. Тонковидова // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 2. – С. 105-107.
4. Найденко Е.А. Симулякры Делеза // Культурная жизнь Юга России. – 2018. – №1.

## РОЛЬ ПРЕСС-СЛУЖБЫ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ЕЕ ИМИДЖА

**М.Г. Напалкова, К.С. Каюдина**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье описаны особенности функционирования пресс-службы в структуре спортивной организации, а также на практике рассмотрено ее влияние на процесс формирования имиджа спортивного клуба.*

***Ключевые слова:** имидж, спортивные клубы, пресс-служба, имиджевые технологии, репутация.*

Работа пресс-служб имеет особое значение в функционировании спортивных клубов, так как репутация спортивных организаций складывается из множества элементов, среди которых игровые результаты, популярность вида спорта, специфика взаимодействия с болельщиками, особенность проведения матчей, взаимодействие со СМИ и многое другое [1]. По мнению А.И. Гнетнёв и М.С. Филь, пресс-служба – это институт, оказывающий услуги по информационному освещению деятельности конкретного лица или организации в целом. Она является одним из важнейших механизмов управления в органах государственной власти, коммерческих структурах и общественных организациях.

Одну из главных ролей в успешной деятельности спортивных организаций играет их имидж. Его создание – результат повседневной кропотливой работы спортсменов, менеджеров, маркетологов, PR-специалистов и т. д. Имидж спортивного клуба должен ориентироваться на запросы потребителей – болельщиков и специалистов в спортивной сфере. Составными частями работы над созданием имиджа клуба является работа со СМИ, зрителями, органами государственной власти, ведущими спортивными организациями, спонсорами. Причем работа должна быть тщательно спланированной, постоянной и корректной [2]. Во многих российских спортивных клубах отсутствуют такие специалисты, как бренд-менеджеры, маркетологи, пиарщики, поэтому пресс-служба берет на себя весь функционал, направленный на связи с общественностью, рекламу и продвижение бренда [3].

Влияние деятельности пресс-службы на формирование имиджа спортивной организации рассмотрим на примере краснодарского регби-клуба «Кубань». Данный вид спорта является достаточно молодым на территории Краснодарского края и существенно уступает в популярности футболу и баскетболу.

Пресс-служба регби-клуба «Кубань» состоит из одного сотрудника – ее руководителя. В его обязанности входит: ведение аккаунтов социальных сетей; взаимодействие со СМИ; ведение переписок от имени клуба; организация

предматчевых мероприятий; рекламная деятельность; подготовка аналитических материалов, текстов публичных выступлений, комментариев для СМИ; организация трансляций; работа с партнерами перед матчами и другие обязанности отделов PR и маркетинга. Таким образом, можно сделать вывод, что из-за отсутствия отделов маркетинга и рекламы, вся имиджевая деятельность осуществляется пресс-службой регбийного клуба.

Анализ влияния деятельности пресс-службы осуществлялся через оценку нескольких категорий имиджа:

а) корпоративный имидж – в данном контексте оценены лишь просматриваемые элементы имиджа, которые отображают единство организации (наличие символики клуба, единой формы одежды), то есть рассматривались лишь составляющие корпоративного стиля, которые входят в глобальное понятие «корпоративный имидж»;

б) реальный имидж, отраженный в электронных СМИ – контекстный анализ новостей, отображаемых в поисковых системах, демонстрирующий, какую информацию о регби-клубе «Кубань» чаще всего освещают и какими СМИ она публикуется;

в) желаемый имидж – то, каким показывает себя клуб с помощью своих электронных ресурсов (сайт, аккаунты в социальных сетях).

Фирменный стиль регби-клуба «Кубань» состоит из: логотипа, фирменных цветов и слогана, а также единой игровой формы. Все эти элементы выступают как малая, но одна из основных, часть корпоративного имиджа организации. Рассмотрим подробно каждый из них.

Логотип регбийного клуба «Кубань» представлен в виде цепи, сложенной в колос, а также оригинального написания названия клуба, сочетающего в себе русские и английские буквы. Он выполнен в черно-белых тонах, отражая фирменные цвета спортивной организации. Начертание логотипа выглядит современно и привлекательно благодаря минималистичности.

Черный и белый цвета являются универсальными и могут использоваться в различных сферах, при совместном рассмотрении они всегда являются олицетворением делового классического стиля, правильности, строгости. Они смотрятся гармонично в сочетании с минималистической символикой. Слоган «Связаны одной целью» перекликается с логотипом и оба элемента дополняют друг друга. Его единственным недостатком является то, что эта строчка упоминается в известной песне «Скованные одной цепью» российской группы «Наутилус Помпилиус». Так как композиция является достаточно старой и известной, то слоган регби-клуба «Кубань» может вызывать ассоциации с ней, а песня, в свою очередь, имеет не оптимистичный характер.

Игровая форма членов команды представлена в двух комплектах: бело-бежевом и черно-белом. В бело-бежевом комплекте в качестве основного цвета использован белый, в черно-белом – черный цвет. Комплекты состоят из футболки и шорт. Футболка выполнена в одном из фирменных цветов со вставками другого цвета (бежевый или белый), на груди в левом углу изображен логотип регби-клуба без буквенных составляющих (только цепь),

также на футболках игроков имеются наклейки и нашивки с логотипами и названиями спонсоров клуба. На спине футболки расположены стилизованное название из логотипа «КУБАНЬ» и номер игрока. Шорты выполнены под цвет футболки, на них также имеется логотип клуба и упоминания спонсоров. Примечательно, что названия и логотипы спонсоров не меняют общего стиля формы и не выходят на первый план.

Фирменный стиль регбийного клуба «Кубань» выражен достаточно полно и современно для спортивной организации. Однако можно дополнить атрибутику маскотом (персонажем-талисманом команды). На крупных состязаниях его наличие лучше визуализирует участвующие клубы, при этом ростовая кукла-талисман привлекает внимание болельщиков. Маскоты взаимодействуют с аудиторией: играют, фотографируются, обнимаются и т.д. Ростовую куклу можно расценивать как визуально-кинестетический элемент фирменного стиля. Также можно использовать гимн или мелодию, которая станет аудиальной составляющей.

Таким образом, если дополнить корпоративный стиль гимном и маскотом, то можно воздействовать на аудиторию по ключевым каналам восприятия информации: аудиальный, визуальный и кинестетический. Такой подход является комплексным и традиционным для спортивных клубов.

Реальный имидж спортивной организации можно проследить, изучая новости по запросу о ней. В основном о средних спортивных клубах с небольшой популярностью публикуются только игровые обзоры. Иногда появляются какие-либо резонансные темы, зачастую из искусственно созданных поводов. У крупных спортивных организаций круг освещаемой информации шире за счет повышенного интереса к команде. Так, могут публиковаться интервью игроков, не связанные с матчами, а также различные мероприятия, в которых принимает участие клуб.

В данном исследовании использованы результаты поиска по запросу «регби-клуб «Кубань» в поисковой системе «Google» (в общем поиске и в разделе «Новости»). Электронные ресурсы просты и доступны каждому, у кого есть доступ в Интернет. Самое главное преимущество – быстрое обновление информации, что позволяет получать актуальные сведения в режиме онлайн.

Анализ материала, отображаемый по запросу, разделен на следующие категории:

- результаты матчей, комментарии, послематчевые интервью;
- награды, общественное признание;
- общественная деятельность, мероприятия;
- интервью (не связанные с конкретными матчами), освещение событий;
- прочая информация, связанная с деятельностью клуба.

Выборка производилась по актуальности. Не рассматривались ресурсы, на которых искомая информация размещена более 5 лет назад.

По результатам анализа, показанным на рисунке 1, было установлено, что наибольшее количество информации, связано с описанием результатов матчей

(11 статей); 9 результатов поиска, относящихся к категории «прочая информация», в которых в большей степени содержится краткая информация о регби-клубе «Кубань», а также краткая юридическая информация; 6 ссылок на ресурсы содержат интервью (не связанные с конкретными матчами), освещение событий; одинаковое количество результатов поиска, относящихся к категориям «награды, общественное признание» и «общественная деятельность, мероприятия» – по 3 электронные ссылки на каждую категорию.

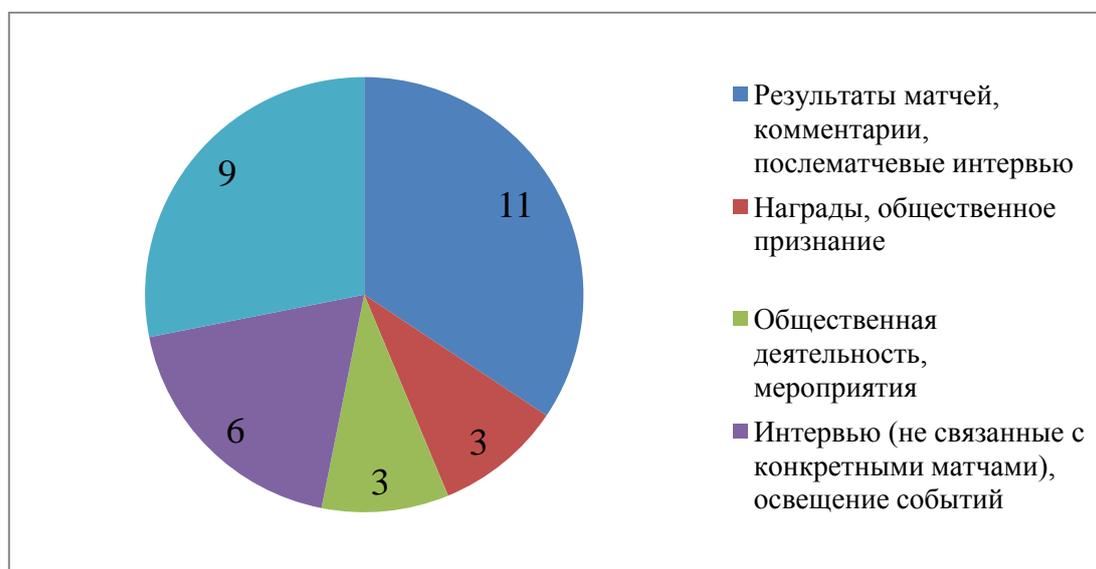


Рисунок 1 – Соотношение информации о регбийном клубе «Кубань» по запросу в поисковой системе «Google»

Таким образом, можно сказать, что новостной материал, связанный с деятельностью клуба, активно публикуется в сети Интернет последние три года. При этом освещаются не только игровые итоги, но и участие в общественной деятельности, анонсируются предстоящие матчи, руководство клуба дает интервью, рассматриваются резонансные события. Так, среди нестандартных результатов поиска появилась информация о том, что главного тренера клуба ударила молния. Эту информацию публиковали крупные информационные агентства «ТАСС» и «РИА Новости». Также новости о регби-клубе размещены на электронных порталах следующих СМИ: «Кубань-24», «Аргументы и Факты», «Комсомольская правда», «ЮГА.РУ», «Краснодар Медиа» и другие.

Для увеличения популярности и попадания в новостные ленты СМИ российского уровня нужно периодически создавать искусственные инфоповоды с хорошо сформированным мифом в основе. К таким мерам можно прибегать не чаще, чем раз в год, иначе будет очевиден факт искусственного создания тем. Лучше всего, в данном случае, обращаться в PR- агентства за помощью в разработке резонансных новостей.

При анализе желаемого имиджа организации рассмотрены страницы регби-клуба «Кубань» в социальных сетях: «Facebook», «Twitter», «ВКонтакте», «Instagram». Оценка проводилась по следующим критериям:

- стилизация: какие элементы фирменного стиля присутствуют в оформлении страницы (логотип, слоган, фирменные цвета);
- частота публикаций: количество публикуемой информации в день;
- основная тематика публикаций: 5 наиболее часто публикуемых тем;
- активность аудитории: количество подписчиков; среднее количество отметок «нравится» (в расчете 50 последних публикаций к общему количеству отметок «нравится»);
- оригинальность контента: отношение среднего количества публикуемого материала напрямую со страницы к информации, добавленной из других источников-страниц («репосты»).

Самая большая аудитория у страницы клуба в Instagram (3573 подписчика), также на ней самая высокая активность (263 отметки «нравится»). Менее популярен профиль «ВКонтакте» (3207 подписчиков; активность – 44 отметки «нравится»). Самая низкая популярность у страницы в Twitter (95 читателей), но она не ведется с ноября 2018 года. Говоря об оригинальности публикуемой информации, стоит отметить, что большинство новостей дублируются в нескольких социальных сетях, но при этом ни в одной из них не используются «репосты» с других ресурсов. Все публикации сопровождаются качественным фотоматериалом и размещаются на страницах регбийного клуба со средней периодичностью 2-4 новости в день с нерегулярными перерывами в 1 день. В основном освещается информация, связанная с игровой деятельностью клуба. Все профили организации содержат элементы фирменного стиля. В социальной сети «ВКонтакте» также есть отдельная неофициальная группа для болельщиков регби-клуба «Кубань».

В рамках анализа желаемого имиджа организации и оценки электронных страниц клуба рассмотрен также официальный сайт. Он выполнен с использованием элементов фирменного стиля: цвета, логотип, слоган. Сайт оснащен удобным меню, состоящим из разделов: клуб, таблица, новости, галерея. На нем можно получить актуальную информацию об игровой деятельности клуба, контактные данные для связи, а также просмотреть фото с матчей. С помощью сайта проверки оптимизации удалось установить, что страница адаптирована не только для просмотра с компьютера, но и оптимизирована для мобильных устройств.

Регби-клуб «Кубань» ведет активную деятельность в сети Интернет и взаимодействует с аудиторией, публикуя актуальную информацию и отвечая на комментарии аудитории во всех популярных социальных сетях. Однако большинство размещаемого на страницах материала однотипно и дублируется на страницах в разных социальных сетях. Таким образом, аудитория, подписанная на несколько аккаунтов клуба, получает одну и ту же информацию. Это может снизить интерес к новостям спортивной организации. Также некоторые подписчики выражают недовольство в комментариях,

связанное с узкой тематикой освещаемых новостей. Примечательно, что администраторы групп не удаляют негативные и критические высказывания, а корректно отвечают на них. Для решения данной проблемы необходимо нанять в штат пресс-службы еще одного человека, чья деятельность будет направлена исключительно на ведение страниц в социальных сетях. Новостной материал, связанный только с игровой деятельностью команды, дополнять темами, связанными с видом спорта, игроками клуба. Так, можно создать рубрику, посвященную регби в целом, где рассказывать об интересных фактах, особенностях вида спорта, рекордах. Еще одной рубрикой может стать освещение внеигровой деятельности членов команды, где бы кратко описывались их интересы и жизнь вне матча. Также необходимо проводить больше конкурсов и розыгрышей призов, напрямую связанных с клубом – это довольно популярный способ в настоящий момент, позволяющий поддерживать интерес подписчиков и расширяющий аудиторию. Недопустимо оставлять публичные страницы без внимания, необходимо постепенно «закрывать» их, если они не пользуются популярностью, оставляя записи с ссылками на актуальные аккаунты в других социальных сетях.

Таким образом, следует, что пресс-служба оказывает прямое воздействие на процесс формирования и поддержания имиджа спортивной организации. Качество выполняемых ею работ зависит от количества возложенных на нее обязанностей и численности штата пресс-службы. В современных условиях для роста популярности организации и улучшения имиджевой политики необходимо, чтобы в пресс-службе работали несколько человек, имеющих четкое распределение обязанностей.

#### **Литература:**

1. Войтик Е.А. Спортивная медиакоммуникация: проблематика структуризации // Журналистский ежегодник. – 2014. – №1. – С. 74-79.
2. Гнетнёв А.И. Современная пресс-служба: учебник / А.И. Гнетнёв, М.С. Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 414 с.
3. Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность: учебное пособие / В.Г. Горчакова. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 279 с.
4. Еремина Е.А. Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в спортивной индустрии / Е.А. Еремина, И.С. Иванова, А.Ю. Кащеева // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 1. – С. 250-253.

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПАРК КАК ФАКТОР ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Л.А. Овчаренко

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР

***Аннотация.** На основе анализа инноваций в сфере «технологий отдыха», в частности с учетом тенденции интерактивности современного туризма, автором обосновывается целесообразность создания в Донецкой Народной Республике тематического парка историко-культурной направленности.*

***Ключевые слова:** тематический парк, туризм, интерактивность, инновации, отдых.*

Инновации в туризме могут быть разнообразными – от технологических и информационных до новых форм обслуживания и современной туристско-рекреационной инфраструктуры. В данной статье хотелось бы коснуться вопроса об инновациях в сфере «технологий отдыха», которые не только способствуют развитию регионального туризма, но и выполняют воспитательную функцию посредством приобщения к историко-культурному наследию регионов и воспитания патриотизма. Как показывает опыт, привлекательность мировых туристских дестинаций во многом определяется степенью развитости сферы развлечений, причем традиционные средства развлечений уступают место новым формам, предполагающим активные виды отдыха и высокую познавательную ценность. Речь идет об интерактивности отдыха. Рекреация становится намного эффективнее, если этот принцип организации отдыха учитывается при ее организации.

Одним из наиболее популярных видов развлекательного туризма можно считать тематические парки, характеризующиеся огромным разнообразием существующих форм. В целом, они бывают двух видов: современные парки, отражающие достижения науки и техники, и парки историко-культурной направленности, опирающиеся на историческую, этнографическую и культурную идентичность стран и регионов. Если создание тематических парков первого типа, как правило, связано с серьезными капиталовложениями, то второй тип не всегда предполагает таковые.

Современный туризм характеризуется все большим повышением интерактивности. Туристам уже мало роли только зрителей и слушателей, они хотят участвовать в интересующих их процессах. Проживание в «гостиницах» или других средствах размещения эпохи древнего мира или средневековья, примерка одежды людей тех времен, дегустация блюд, которыми питались в ту или иную эпоху, участие в различных обрядах, ритуалах и исторических событиях делает отдых ярким и незабываемым.

В настоящее время в Донецкой Народной Республике сложилась

ситуация острого дефицита на туристско-рекреационные услуги. Основная часть рекреационных ресурсов (лесные зоны вдоль р. Северский Донец) находятся под контролем ВСУ. На территории Донецкой Народной Республики сосредоточена часть Азовского побережья и единственный центр летнего купально-пляжного отдыха – пгт Седово. В связи с недостатком учреждений размещения в данной зоне в летний период наблюдается избыток отдыхающих при одновременном отсутствии туристско-развлекательных услуг.

С целью повышения качества отдыха и стимулирования развития как внутреннего, так и въездного туризма на территории Республики целесообразно было бы создать тематический парк историко-культурного профиля (оптимальным представляется его расположение недалеко от пгт Седово между с. Обрыв и границей с Российской Федерацией) [1, с. 35-41]. Парк такого типа может рассматриваться как перспективное направление, которое не только добавит привлекательности купально-пляжному отдыху в Республике, но и обеспечит приток доходов за счет экспорта туруслуг отдыхающим из России. В этой зоне нет ничего, что могло бы препятствовать созданию такого объекта и достаточно площади для формирования парка любого размера (на перспективу), а близость к российской границе позволит отдыхающим на сопредельной территории посещать парк с минимальными потерями времени.

Тематический парк может называться, например, «Дикое поле», «Меотида», «Лукоморье» (главное чтобы название было связано с историей и мифологией Донецкого края). Парк может включать несколько тематических секторов, например «Скифские поселения», «Греческие поселения», «Русичи» или «Русские богатыри», «Поселение амазонок» (по легенде, именно в приазовских и причерноморских степях обитали амазонки), «Викинги» (согласно легенде скандинавский бог Один родился именно в азовских степях) и т.д. Главное, что каждый сектор характеризоваться уникальностью элементов быта и разнообразными развлекательными программами, показательными выступлениями, мастер-классами (например, верховой езды, стрельбы из лука, гончарного искусства, резьбы по дереву, кулинарии и т.д.). Должно быть предусмотрено как однодневное, так и более длительное пребывание на территории парка. Если пребывание гостя носит длительный характер (более 1 дня), он поселяется в один из секторов парка в традиционное средство размещения – сезонную палатку – в теплое время года. Она может быть стилизована под типичные жилища кочевых племен. Капитальные жилые сооружения можно заселять и в теплое, и в холодное время года. Туриста снабжают традиционной одеждой, знакомят с уставом парка и правилами поведения на его территории, и... он погружается в историю и мифологию Донецкого края. Расположение тематического парка возле берега моря позволит организовать пункты проката и прогулки на плавсредствах прошлых эпох.

Следует заметить, что парк не должен «замыкать» отдыхающих в пределах своей территории, а напротив, должен стать центром развития туризма в Новоазовском районе. Должна быть реализована возможность

организации экскурсий и походов разных видов и сложности. Например, в относительной близости расположена биосферная особо охраняемая природная территория республиканского значения «Хомутовская степь – Меотида», республиканские ландшафтные парки «Донецкий кряж» и «Зуевский», которые могут стать основой развития экологического туризма в регионе. В перспективе парк может стать центром развития событийного туризма, например местом проведения ярмарок, фестивалей, карнавалов и других массовых развлекательных мероприятий. В будущем следует предусмотреть создание необходимой инфраструктуры для проведения массовых мероприятий научно-практического характера (форумов, конференций и т.д.).

Отрицательным фактором предлагаемого для туристского объекта места размещения (между с. Обрыв и границей с РФ) является отсутствие пляжной полосы и условий для купально-пляжного отдыха (за с. Обрыв вплоть до границы с Россией побережье представляет собой обрыв с узкой полосой пляжа, при этом мелководье тянется на несколько сотен метров). Не случайно даже в советское время, когда застройка и рекреационное освоение Азовского побережья продвигалось «семимильными шагами», этот участок побережья так и не был освоен. Было достаточно территорий для менее затратного освоения. Сегодня ситуация кардинально изменилась. В Республике ощущается острая нехватка территорий рекреационного назначения, еще меньше – объектов рекреации, готовых принимать отдыхающих. Так, в летний сезон 2018 г. в пгт Седово принимали рекреантов только 30 учреждений (ими были получены паспорта, подтверждающие право осуществлять данную деятельность), остальные учреждения размещения не осуществляли деятельность. Среди наиболее распространенных причин – необходимость в ремонтно-строительных работах или использование для нужд Министерства обороны ДНР. Примечательно, что значительная часть учреждений размещения работает в «закрытом режиме», т.е. население Республики не может воспользоваться услугами данных учреждений. Отсюда острый дефицит койко-мест и завышенные цены за проживание.

Однако вернемся вопросу тематического парка и, в частности, к проблеме обрывистости морского побережья в месте предполагаемого размещения парка, отсутствия пляжной полосы и чрезвычайно длинного мелководья в промежутке от с. Обрыв до границы с Россией. Проблему можно решить несколькими способами.

Один из них – это запуск рейсового сезонного автобуса вдоль побережья через территорию пгт Седово до парка (интервал движения автобуса можно откорректировать по факту). Это сделает предлагаемый тематический парк более доступным для отдыхающих из пгт Седово и даст возможность комбинировать познавательно-развлекательный и купально-пляжный туризм. Но в перспективе все же стоит задача обустройства пляжей, спусков к ним и очистка дна от иловых отложений в зоне размещения парка. Такие технологии существуют, но требуют значительных инвестиций.

Второй вариант – создание специальных платформ на сваях, которые

можно будет использовать для комфортного преодоления мелководья, а также как альтернативу пляжам. Там же можно предусмотреть размещение индивидуальных плавсредств с возможностью их аренды, а также возможность круизных прогулочных путешествий вдоль побережья на судах, по внешним признакам напоминающих традиционные плавсредства, известные на Руси с VII-X в. н.э., на которых традиционно совершались путешествия с торговыми целями. Кроме этого, можно предложить туристам прогулки на легендарном судне викингов. Это станет еще одной «изюминкой» и частью туристской привлекательности парка и региона в целом, а в перспективе сможет привлечь сюда даже гостей из дальнего зарубежья. Во время школьных каникул наполняемость парка может обеспечиваться, главным образом, за счет школьников, в этот период должны действовать специальные школьные абонементы. Знание своей истории, своих корней – это источник патриотизма и залог стабильности в государстве. Парк такого типа – это не просто хорошее содержательное времяпрепровождение, это часть образовательного процесса и эффективный элемент воспитания молодого поколения. А еще – источник пополнения местных и государственного бюджетов, рабочие места и эффективное вложение капитала.

#### **Литература:**

1. Заднепровская Е.Л. Туристский имидж как один из главных факторов устойчивого развития Кубани / Е.Л. Заднепровская, А.А. Юрченко // Вестник Национальной академии туризма. – СПб.: Национальная академия туризма. – 2017. – № 3 (43). – С. 48-52.

2. Заднепровская Е.Л. Развитие экологического туризма на особо охраняемых территориях Краснодарского края: монография / Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова, В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – 105 с.

3. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме / И.М. Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская, Я.В. Коробенко // Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика». – 2019. – № 1. – С. 353-355.

4. Самсоненко Т.А. Туризм как специфический вид досуговой деятельности / А.И. Думнов, Т.А. Самсоненко // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – 2018. – С. 210-211.

## РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Н.С. Палий

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

***Аннотация.** В данной статье на основе исследования основных технологических изменений обозначены факторы, определяющие качество сервиса на современном этапе, сделан прогноз актуальных трендов в развитии цифровых технологий в сфере туризма и гостеприимства. В работе рассмотрены основные инструменты цифрового взаимодействия, проведен анализ их применения в бизнес-коммуникациях.*

***Ключевые слова:** цифровые технологии, сфера гостеприимства, туризм, маркетинг, отель.*

Информационные технологии сегодня в полной мере задают и меняют экономические тренды. Организационный механизм бизнеса невозможен без обеспечения современными коммуникационными связями, цифровыми решениями, программными продуктами.

Исследования в области цифровых технологий представляют собой огромный практический интерес, важны для каждого члена общества, бизнеса и государства в целом. Но прежде, чем внедрять их в стратегии компаний, необходимо адаптировать под целевую аудиторию конкретного бизнеса, проанализировать динамику текущих изменений в макро- и микроэкономических процессах. Технологии уже давно перестали быть привилегией избранных и становятся частью жизни каждого члена общества.

Так, знаковыми проявлениями технологических изменений являются такие:

1) Инновации и технологии. Омниканальность – популярный тренд современного сервиса. То есть потребитель может совершать покупки любым удобным для него способом, как оффлайн, так и онлайн.

2) Ставка на комфорт и эмоции клиента. Результаты исследования наглядно демонстрируют, что для современного потребителя эмоции далеко не определяющий фактор. Гораздо важнее качество продукта в соотношении с обоснованной ценой, о чем заявляет каждый второй (50,15%).

3) Отсутствие системы в работе с обратной связью. Часто предприниматели не представляют, как реагировать на жалобы потребителей в социальных сетях, так как отсутствует четкий алгоритм действий.

4) Токсичные клиенты. Всего за несколько последних лет портрет потребителя приобрел новые черты: клиент стал гораздо более взыскательным, нетерпеливым, раздражительным, «токсичным». Неумение нивелировать

токсичность клиента приводит к усложнению бизнес-процессов, когда один сорванный процесс влечет за собой другие.

К глобальным трендам в сфере туризма и гостеприимства следует отнести [1]:

1. Бонусы за обратную связь. Потребитель ценит свое время, игнорирует опросы, не вчитывается в огромные полотна текста, блокирует сообщения. Необходимо поощрять своего клиента за обратную связь – бонусы, конкурсы, награды, подарки, скидки, причем здесь и сейчас, а не потом.

2. Омниканальность в действии. По прогнозам, в 2019 г. омниканальность сведется к 1-2 каналам коммуникации, но самым быстрым и точным, ведь потребитель не готов ждать.

3. Меньше кликов, сокращение усилий клиента (Customer Effort Score). Согласно этому тренду, ожидается борьба за клики.

4. Ставка на персонализацию. Персонализация клиентского опыта провозглашена трендом будущего и внедрять ее в бизнес-процессы необходимо уже сейчас.

5. Расширение целевой аудитории. Необходимо задуматься о расширении целевой аудитории в соответствии с трендами толерантности и открытых возможностей. Расширение целевой аудитории произойдет за счет различных новых групп: люди с ограниченными возможностями, мигранты, религиозные общины, группы по интересам и т.д.

6. Лояльность сотрудников. Уровень сервиса напрямую зависит от персонала, ведь прирост лояльности сотрудника на 1% ведет к росту лояльности клиента на 0,5%. Компаниям в ближайшие несколько лет предстоит определить, на каких точках контакта необходимы роботы, а на каких люди.

7. Роботизация на механических должностях. Благодаря искусственному интеллекту бизнес-процессы становятся проще: сокращаются усилия, процессы стандартизируются.

8. Google – это главный агент первичного взаимодействия с клиентом. Всего два клика и можно найти все: локацию, отзывы, контакты

9. Мобильная поддержка занимает лидирующую позицию. Если еще совсем недавно потребитель принимал решение непосредственно в локации, то уже в 2018 году мобильный поиск генерирует запросов даже больше, чем поиск ПК.

10. Геймификация для увеличения лояльности. Кастомизированная геймификация дает возможность изучить и протестировать продукт еще до приобретения.

Расчет бюджета на цифровизацию – главная задача управленцев гостиничного сектора, продвигающих бизнес по современным маркетинговым методикам. Сейчас бронирование номера напрямую через сайт отеля стало более выгодным, чем при использовании посредников, об этом говорится в результатах исследования провайдера цифровых решений для индустрии путешествий Triptease. Эксперты компании подвергли анализу более 200 миллионов предложений, после чего был сделан вывод, что стоимость на одни

и те же варианты размещения на страницах сайтов отелей ниже, чем в онлайн-турагентствах (ОТА).

Такое положение дел обусловлено началом работы механизмов, которые были созданы контролирующими органами с целью контроля паритета цен. Ранее отелями зачастую не могла размещаться на их сайтах информация о более выгодном предложении, чем у их партнеров – Expedia или Booking.com. В то же время именно на этих двух сайтах бронируют около 80% номеров в гостиницах Европы. Еще одним фактором стало то, что у ОТА теперь очень много клиентов и они делятся ими с отелями.

Как показало проведенное исследование, в течение 2015 года ОТА в 21% случаев устанавливали цены ниже, чем в самих отелях. В 2016 году этот показатель находится уже на отметке в 14 процентов. В 32% случаев в текущем году сохраняется паритет цен, хотя в 2015 году речь шла о 27%. Во многих случаях разница в ценах является минимальной и не превышает одного доллара, что связывают с меняющимся курсом валют [2].

Со скоростью роста числа новых рекламных каналов сейчас может сравниться только скорость изменения прежних. Так, обновления правил ведения контекстной рекламы в Яндекс появляются еженедельно, и отслеживать их удастся лишь узкопрофильным специалистам. заниженные бюджеты столь же убыточны и неэффективны, как и бессмысленно завышенные.

Непонимание сути digital-инструментов зачастую приводит к чрезмерно завышенным или, напротив, минимальным размерам рекламных бюджетов. При этом в одних случаях эффективно работают всего 0,4% от оборота, а в других не хватает и 10%.

200 000 рублей – такова сегодняшняя средняя стоимость месячной digital-кампании для московского и подмосковного отеля. Города-миллионники, например, Казань или Екатеринбург, требуют порядка 80 тысяч для того, чтобы вести эффективное локальное продвижение, но если отель захочет расширить рекламную географию, бюджет потребуется увеличить. Количество звезд также отразится на размере затрат: чем выше статус отеля, тем дешевле, как правило, ему обходится рекламное продвижение. Туристический отель с тремя звездами попадает в нишу активного поиска и, соответственно, высокой конкуренции, что скажется на рекламной прайсе. «Четверки» и «пятерки» находятся в более спокойном положении [3].

Можно спрогнозировать средний рекламный бюджет отеля, беря во внимание локацию, сезон и характер предложения. Нужно отметить, что определенные digital-инструменты приносят быстрый результат, тогда как другие работают на перспективу, выполняя роль инвестиций. Наиболее популярные digital-приемы таковы:

– Контекстная реклама – это всегда быстрая продажа, но которой предшествует кропотливый период подготовительной работы. «Наладка» рекламной кампании занимает не менее двух недель. При этом звонки клиент начинает получать мгновенно, однако полноценный эффект и все возможности

рекламного канала проявятся спустя 2-3 месяца ведения рекламы, за которые менеджеры должны умело отсеять нецелевой трафик, приток которого на первичном этапе неизбежен. В рамках контекстной рекламы формируется четкое предложение под не менее четкую потребность клиента и делается максимально адресное сообщение. Это не обязательно должно быть проживание – как вариант, сезонное предложение от собственного салона красоты, конференц-зала или ресторана. Возможно, потребуются еще несколько напоминаний, – и в результате компания получает своего клиента.

Основные инструменты цифрового маркетинга в индустрии гостеприимства:

- карты Яндекс и Google – используются теми потенциальными клиентами, кто заинтересован в конкретном местоположении. Разместив информацию об отеле на картах, можно заинтересовать и получить такого клиента при минимальных ресурсных затратах;

- рассылки поддерживают вторичные продажи, когда компания работает с постоянными клиентами;

- прямое поисковое продвижение. Здесь в первую очередь привлекают новых клиентов, формируя для них четкое и интересное предложение.

Определяясь с набором инструментов, нужно учитывать, что стратегию продвижения определяют многие параметры отеля, и в первую очередь локация, размер и ориентация (курортный, бизнес и т.д.). Пул эффективных маркетинговых каналов и, соответственно, бюджет будет отличаться. Особенности цифрового маркетинга в индустрии гостеприимства:

1. Для бизнес-отеля в мегаполисе проживание лучше всего продвигать через Booking.com. Работа с клиентской базой, репутационный менеджмент, пиар-активность, обучение персонала – все эти дополнительные активности отеля дают свои предпочтения. Но ключевой поток клиентов (и ключевая статья рекламных затрат) приходится на Booking.com. При этом учитывайте, что подавляющее большинство гостей из Booking.com обязательно перейдут на ваш сайт. Привлечь бонусным предложением, дополнительной скидкой за прямое обращение через сайт, дать актуальную и понятную информацию об отеле, номерах и условиях размещения: сайт – не просто красивая визитка отеля, а настоящий, эффективно работающий инструмент продаж. Что касается прочих услуг отеля, вроде ресторана, SPA, конференц-зала и т.д., то они лучше всего продвигаются за счет дополнительных рекламных инструментов.

2. Небольшие отели не могут себе позволить многого в плане выбора инструментов. Как и в первом случае, проживание чаще всего продвигается через Booking.com. При этом отели сильно вкладываются в репутацию и лояльность, нарабатывая прочную базу для повторных продаж. При этом ряд условно бесплатных digital-инструментов (карт, справочников, онлайн-чатов и социальных сетей) часто остается невостребованным.

3. Курортные отели – для них работают практически все рекламные каналы с отличным результатом.

В оценке эффективности важна детализация, так как она же ложится в основу формирования оптимального рекламного бюджета. В расчете эффективности нужно ориентироваться на [4]:

– Возврат вложений от контекстной рекламы займет порядка двух месяцев, с учетом подготовительного этапа настроек и отсева неэффективного трафика с момента старта кампании. Оптимальный срок возврата – 3-4 недели.

– Эффект от электронных рассылок практически моментальный. По статистике, контакт происходит в течение 4-5 часов, максимум в 12-24.

– Онлайн-чаты дают мгновенный результат. Ими пользуются около 5% гостей, и при проактивной работе отель может получать реальных клиентов через этот канал.

– SEO – самый трудный и долгий инструмент. Отельерам необходимо пересмотреть свое отношение к самому инструменту поисковой оптимизации: это не столько рекламное продвижение, сколько кропотливая и планомерная работа в сегменте PR и поддержки отношений с гостями.

– Сайт отеля сложнее всего оценить с точки зрения возврата инвестиций, который может занять от 6 месяцев до трех лет.

Продвижение отеля – это экономический процесс. Со своими сроками исполнения и возврата вложенных усилий и средств. Это ключевой подход, который необходим отельеру для правильного понимания ситуации с digital-услугами.

Несмотря на то что многие вышеперечисленные изменения сегодня находятся в зачаточном состоянии, в ближайшем будущем они станут не просто конкурентными преимуществами компаний, а стандартными требованиями клиентов. Многим предприятиям пора осознать, какую власть имеют клиенты, понять, что современные бизнес-процессы требуют пересмотра и обратить внимание на реалии стремительно приближающегося завтрашнего дня.

#### **Литература:**

1. Service Group: главные тренды в сервисе и обслуживании клиентов в 2019 году [Электронный ресурс] URL. – Режим доступа: <https://mresearcher.com/2019/03/4service-group-glavnye-trendy-v-servise-i-obsluzhivanii-klientov-v-2019-godu.html> (дата обращения 03.04.2019 г.).

2. Словарь интернет-маркетолога: новые тренды, о которых вы могли не знать [Электронный ресурс] URL. – Режим доступа: <http://lovim.net/2014/02/tendencii-internet-marketinga-2014/> (дата обращения 12.09.2016 г.).

3. Гайд для экспортной компании. 11 ключевых компонентов при разработке контент-стратегии для международного рынка [Электронный ресурс] URL. – Режим доступа: <http://expert.ru/2016/02/1/gajd-dlya-eksportnoj-kompanii-11-klyuchevyih-komponentov--pri-razrabotke-kontent-strategii-dlya-mezhdunarodnogo-ryinka> (дата обращения 12.09.2016 г.).

4. Самсоненко Т.А. Эффективность рекламной деятельности гостиничного предприятия / Т.А. Самсоненко, С.Н. Симутина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 72-74.

## ЗРЕЛИЩНАЯ КУЛЬТУРА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

**А.В. Плотников**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Исследование опирается на анализ методов формирования зрелищной культуры в деятельности учреждений культуры на примере Краснодарского края. В статье представлены элементы стратегии развития зрелищной культуры региона. Данные направлены на оценку содержания квалификаций профессионалов, которые формируют организацию процессов зрелищной культуры в социально-культурном формате их динамических изменений. На основе материалов мониторинга социокультурной динамики развития деятельности учреждений культуры в регионе сформированы показатели развития зрелищной культуры, как результат повышения профессиональной культуры режиссеров театрализованных представлений и праздников.*

***Ключевые слова:** социально-культурный детерминизм, социокультурная среда, зрелищная культура региона, подготовка бакалавров, плановые показатели стратегического развития.*

Современные процессы социально-культурного детерминизма формируют пространство, в котором создаются стратегические основания для формирования новых смысловых форм не только массовой культуры, но и зрелищной культуры, как ее специфической составляющей. Пройти мимо подобных деятельностных явлений, представляющих рост заинтересованности населения к различным формам зрелищной культуры, не только в контексте проводимых общественных или политических событий в регионе, но и в ходе анализа содержательности форм и композиционных структуры замыслов проведения праздников, театрализованных представлений или фестивалей, на сегодняшний день невозможно.

Актуальность исследования зрелищной культуры затрагивает сегодня и развитие рынка социально-культурных услуг региона, которые регулярно меняются, и наличие определенной управленческой культуры специалистов учреждений культуры и режиссеров театрализованных представлений и праздников. Тенденции формирования социально-культурной среды региона зависят от уровня развития зрелищной культуры, имеющихся зрелищных форм, создаваемых режиссерами в регионе, причастности населения к лучшим образцам художественных произведений в сфере массовых зрелищ.

В настоящее время перед страной стоит главная цель по развитию и восстановлению культурных ценностей народа, их гармоничного

совершенствования с учетом традиций и инноваций современных рыночных условий. В задачи учреждений культуры региона, как социального института создания массовых зрелищ, входит формирование общественной активности и культуры массовых зрелищ, как среды для проявления творческой активности и фантазии населения региона. В учреждениях культуры имеются всевозможные формы зрелищных программ, как инструмента выполнения по реализации свободного времени и отдыха людей, среди которых: событийные творческие проекты, кружки в учреждениях культуры города, творческие и любительские объединения художественной самодеятельности, отдельные событийные программы, направленные на организацию досуга, художественное просвещение и оздоровление участников и зрителей. Одной из сложившихся в сфере досуговой деятельности проблем в работе учреждений культуры может считаться организация и проведение праздников как явления зрелищной культуры.

Анализ стратегии развития культуры, которая утверждена в 2017 году, позволяет сделать предположение о последовательном улучшении показателей деятельности учреждений культуры в регионе Краснодарского края, за последние 10 лет. Решение основных стратегических задач определяет плановые показатели в реализуемых специалистами региона концепциях учреждений культуры, среди которых наиболее показательны для исследования:

1. Уровень материально-технической базы учреждений культуры, используемых в процессе проектирования программ организации досуга, художественного просвещения или оздоровления.

2. Уровень профессиональной квалификации специалистов учреждений культуры в целом и подготовленности специалистов, которые работают в проектах проведения досуговых программ с населением.

3. Уровень профессиональной адаптации выпускников направления 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников» на базе реальной практики.

Согласование квалификационных ожиданий сферы учреждений культуры, с учетом современных критериев и компетенций, указанных во ФГОС ВО направления, а также требований профессионального сообщества режиссеров массовых зрелищ к процессу подготовки бакалавров, определяет комбинацию необходимых и достаточных компетенций к профессиональной адаптации будущего режиссера, позволяет ежегодно актуализировать учебные планы основных образовательных программ для подготовки специалистов и руководства учреждениями в отрасли организации досуга. Такие системы согласования мотивации заинтересованных сторон должны создаваться в органах государственной власти для структурирования и планирования деятельности всех акторов системы: органы государственной власти, образовательные организации высшего образования, органы власти в регионах и муниципальных образованиях, учреждения культуры, спорта и

дополнительного образования, которые работают в сфере организации свободного времени, досуга и оздоровления населения.

Для исследования социокультурной динамики в регионе проведен мониторинг системы планирования деятельности учреждений культуры, на примере бюджетных учреждений культуры муниципальных образований Краснодарского края. В мониторинговый охват удалось включить более 30-ти различных учреждений культуры: от Домов культуры и Школ искусств до творческих объединений и концертных организаций регионального уровня. По статистике данных мониторинга, можно выделить некоторые проблемные зоны для организационного процесса всех учреждений:

- низкий уровень вовлеченности специалистов учреждений культуры в процессы планирования и координации стратегических процессов работы учреждений культуры в регионе;
- отсутствие системы делегирования полномочий внутри учреждений культуры в регионе;
- слабая и несовременная материально-техническая база учреждений культуры в регионе;
- отсутствие механизмов контроля квалификационных требований и последовательной работы по повышению квалификации и росту профессионализма среди специалистов учреждений культуры в регионе, которые отвечают за подготовку и организация досуговых проектов.

В целом же мониторинг позволяет сделать вывод об имеющейся тенденции по снижению интересов специалистов учреждений культуры в регионе к развитию собственной профессиональной квалификации. Важно отметить повышенную загруженность учреждений культуры ненужным для процессов организации досуга документооборотом, при этом снижается общий объем временных ресурсов, направленных на создание и репетиционную реализацию замыслов содержательных программ профессиональными организаторами процессов отдыха и свободного времени населения. Повышение зрелищной культуры населения остается одним из важнейших факторов развития и стратегическим ресурсом управления, традиционно находится в центре внимания всех стратегических программ в регионе и муниципалитетах, транслируется в замыслах основных культурных событий на территории Кубани. Повышение доступности культурных услуг для жителей региона – один из важнейших разделов работы Министерства культуры Краснодарского края. В столице Кубани и во всех районах края ежегодно реализуются праздничные и культурно-досуговые мероприятия (фестивали, дни культуры, конкурсы, театрализованные праздники, концерты, спектакли и др.). Положительный результат проводимых мероприятий зависит не только от организационных усилий властей региона, от вклада спонсоров и общественных активистов, но и от всех групп зрительской аудитории.

Основной вклад в организацию и проведение массовых праздников вносят сегодня клубные учреждения Краснодарского края. Из года в год эти любительские ресурсные институты совершенствуют свое творческое

мастерство, что отражается и в обратной связи со зрителями из числа местного населения при проведении зрелищных праздников. Не забываются и традиционно-массовые праздники, посвященные Дню города, открытию или закрытию сезона фонтанов, новогодние, рождественские, пасхальные; музыкальные и хореографические фестивали. В рамках запланированных программ выходного дня на летней площадке традиционно выступают самодеятельные коллективы. Работа по организации и проведению праздников учреждений культуры разнообразна и разнопланова, достойна внимания и отдельного исследования.

На Кубани, так же, как и по всей России, на основании Указа Президента РФ стало традиционным проводить год под определенным девизом, большинство мероприятий с начала 2019 года были приурочены к нынешнему году – Году театра. Наше государство великое и огромное, однако, равно как и повсюду, имеются собственные трудности или вопросы, которые необходимо решать, мобилизовав ресурсы государства и спонсоров. Возможно, по этой причине глава Российской Федерации каждый год издает указы, под эгидой которых идет то или другое время. Этот процесс актуален потому, что искусство театра всегда будет являться гордостью Российской Федерации. Гордостью русской культуры навсегда останутся Анна Павлова, Сергей Дягилев, Владимир Немирович-Данченко, Олег Ефремов, Федор Шаляпин, Михаил Ульянов, Юрий Любимов, Евгений Шварц и т.д. Можно упоминать великих представителей русского и советского театра вплоть до нескончаемости имен и фамилий людей, которые выстроили наше театральное искусство, сделав его лучшим в мире.

Художественный метод театрализации по организации зрелищного события основывается на классических законах драматургии и театра. Современная социокультурная деятельность в рамках зрелищной культуры опирается на важнейшие элементы метода театрализации, сутью которых является художественное осмысление реальных и понятных зрителю событий в жизни страны, конкретного коллектива или личности, при активном участии зрительской аудитории. И несмотря на возникающие проблемы и трудности, связанные с реализацией режиссерского замысла и его художественных решений театрализованных представлений или праздников, работники учреждений культуры и режиссеры-постановщики проводят усиленную работу, целью которой является приобщение людей к духовному и культурному наследию своего народа.

Праздники, торжества, ритуалы зрелищной культуры сопровождают человека в течение всего его жизненного существования, приобретая различные формы, модифицируясь, но сущность и роль профессиональной подготовки специалистов и бакалавров, в целом, системы непрерывного повышения и развития профессиональной квалификации, в частности, получают особую важность для повышения эффективности зрелищных программ, для формирования и актуализации образовательных программ в вузах. Сегодня только системность в профессиональной адаптации бакалавров направления

51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников» позволит совместить высокие требования современной зрелищной ситуации, которые предъявляются к выпускникам и представителям сферы организации досуга. Участие в учебной работе практиков-работодателей и на этапе отбора абитуриентов в образовательную организацию, и на этапе итоговой аттестации для безболезненного входа молодого специалиста в профессиональную деятельность позволит усилить связь содержательности подготовки бакалавров с реальностью практической деятельности в сфере.

В итоге важно определить, что праздник представляет собой специфичную форму общественного единения, где проявляется единое настроение и сопереживание соучастников. Систематизация и единение всех участников в процессе подготовки современных замыслов массовых праздников, представлений и иных зрелищных проектов, начиная с этапа подготовки будущих режиссеров театрализованных представлений и праздников крайне важна и результативна. Ресурсным аспектом такой системы должна стать поддержка властей в создании профессионального сообщества режиссеров массовых зрелищ в регионе. Такое сообщество, безусловно, полезное как инструмент профессиональной аттестации специалистов и бакалавров, как постоянная структура для привлечения в учебный процесс на короткие программы дополнительного образования и повышения квалификации заинтересованных профессионалов-практиков отрасли как механизм общественной аккредитации образовательных организаций.

Только присутствие квалифицированной команды профессионалов в организации праздников сможет дать не только новые возможности и художественные открытия в содержательно-смысловом аспекте, но и позволит сменить стереотипы во взглядах на праздничные зрелища как зрелища всегда однотипные по смыслам и однообразные по выразительности. Такая профессиональность квалификации в культуре режиссеров-постановщиков массовых зрелищ открывает возможности по-новому взглянуть на праздник, как на единение интересных мыслей и интересных творческих и деятельных людей. В сложное время повышение уровня профессионализма творческих специалистов и организаторов проектов социально-культурной деятельности в культурно-досуговых учреждениях и в образовательных организациях, без сомнения, позволит совершенствовать общенародное творчество, любительство, музыкальную и художественную культуры, прививая подрастающему поколению как новые, так и традиционные нравственные и эстетические ориентиры.

#### **Литература:**

1. Гавдис С.И. Театр масс в сохранении культурного наследия России / Формирование региональной культурной политики в контексте модернизации образования // Материалы международной научно-практической конференции. Орловский государственный институт искусств и культуры; редакционная коллегия: Н.А. Паршиков (главный редактор), И.А. Ивашова (научный

редактор и составитель), В.М. Гапоненко, Н.А. Меркурьева, Г.Н. Харитонова. – 2014. – С. 239-243. (с. 239).

2. Глан Б.Н. Театрализованные праздники и зрелища / Б.Н. Глан. – Москва: Искусство, 1976. – 176 с.

3. Плотников А.В. Теория, методика и организация социально-культурных проектов. Учебное пособие / А.В. Плотников, Г.Г. Плотникова. – Краснодар, КГУФКСТ, 2018. – 210 с.

4. Петров Б.Н. Массовые спортивно-художественные представления (Основы режиссуры, технологии, организации и методики) / Б.Н. Петров. – М.: ТВТ Дивизион, 2014. – 392 с.

5. Силин А.Д. Площади – наши палитры (Специфика работы режиссера при постановке массовых театрализ. представлений под открытым небом и на нетрадиц. сцен. площадках) / А. Силин. – М.: Сов. Россия, 1982. – 184 с.

## ПРИНЦИПЫ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ОРГАНИЗАТОРОВ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ

**А.В. Плотников**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Исследование выявляет принципы метода театрализации как основы для решения задач профессиональной практики режиссеров театрализованных представлений и праздников. Объектом исследования становятся процессы создания социально-культурных проектов обучающимися на базе предприятий практики. Предмет исследования – театрализация как художественный метод подготовки программ или представлений, который становится высокоэффективной и успешной инструментальной формой проведения не только активного отдыха ребенка, но и профессиональной подготовки выпускника вуза.*

***Ключевые слова:** социокультурные проекты, производственная практика, виды профессиональной деятельности режиссера, принципы театрализации, условия формирования режиссерского замысла.*

Российская современная практика организации социокультурных проектов в среде высшего образования позволяет сегодня создавать программы с применением метода театрализации не только в замыслах форм досуга и развлечения: концерт, представление, конкурс, но и в различных направлениях физкультурно-оздоровительной или художественно-спортивной деятельности: упражнения и зарядка, построения и перестроения, зрительская активность [4]. Использование в проектировании событий отдельных структурных элементов художественного метода театрализации: реалистичности событийного развития, действенной природы сценического события, игровой активности участия зрительской аудитории и сотворчества в театральной выразительности в сценическом действии позволяет еще на этапе получения высшего образования на базе практики, например в детских оздоровительных комплексах, согласовывать мотивацию всех заинтересованных сторон в процессе организации учебной и производственной практики обучающихся.

Объектом исследования становится проектирование социокультурных событий как программ, которые ясно показывают, что участие будущих специалистов в сфере режиссуры театрализованных представлений и праздников и отдыхающих детей в создании замыслов, постановке эстрадных номеров позволяет не только проявить свои таланты и творчество, но и освоить навыки командного взаимодействия, а также инструменты воспитания социальной мобильности через игровую и физически активную деятельность,

артистической природы исполнителей и постановщиков художественно-спортивных зрелищ.

Предмет исследования – театрализация как художественный метод подготовки программ или преставлений, который становится высокоэффективной и успешной инструментальной формой проведения не только активного отдыха ребенка, но и художественного просвещения и профессиональной адаптации будущего специалиста, дисциплинирования молодежи и развития ее важных компетентностных качеств.

Цель нашего исследования – актуализировать принципиальные направления философии использования метода театрализации в разработке и постановке замысла эстрадного номера в детском оздоровительном комплексе в производственной практике обучающихся направления 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников».

Более 10 лет в таком проекте занятия совместным творчеством обучающихся направления 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников» и отдыхающих детей, созданные в условиях детского оздоровительного комплекса «Криница», позволяли выполнять учебно-методические задачи по отработке основных видов профессиональной деятельности режиссера театрализованных представлений и праздников. В период профессиональной практики были реализованы не только задачи обучающихся, но и важнейшие направления деятельности учреждений оздоровления, досуга и дополнительного образования в городе. Исследование процессов организации и проведения проекта позволяет выделить важные аргументы в структуре организационно-управленческой деятельности режиссера ТПП:

- возрастные требования в категориях отдыхающих;
- мотивация участников процесса сотворчества в организации совместной активности отдыха;
- полифункциональность способностей детей в ходе создания составе постановочной группы зрелищ;
- оперативность и сжатость этапов подготовки замыслов создаваемых театрализованных художественно-спортивных зрелищ.

Такие элементы становятся основанием для влияния театрализованных или эстрадных номеров на тематику организации досуговых программ и зрительскую аудиторию участников, вызывают интерес и формируют противоречия в виде профессиональной деятельности в целом. Такую остроту проблемы ежегодно решают обучающиеся через постановочное планирование всех этапов профессиональной практики, а также исследователи социально-культурного проектирования физкультурно-оздоровительной сферы и многих направлений развлечений.

Метод театрализации формируется через освоение реального события в драматургической структуре замысла эстрадного номера, идентичной структуре композиции театрального спектакля или фильма. Композицию действия определяют важные акты драматургии сценического действия: акт

экспозиции, завязки и развития сценической борьбы – конфликта, кульминационного напряжения, стремительной развязки борьбы и финала сценического события, в котором концентрируется вся смысловая сущность режиссерского замысла [2]. Это значит, что драматическую историю замысла начинает: начало борьбы, продолжает и обостряет развитие борьбы, а завершает историю замысла номера акт разрешения конфликтной борьбы. Точность и грамотность в структурировании композиции необходима и обязательна. Необходимо научить будущих режиссеров точно адаптировать ее не только под запросы и возможности базы практики, но и под интересы детей-участников тематического события, которые будут выполняться исполнителями.

Описанные условия формируют принципы структурной простоты и тематической точности в театрализации событий эстрадного номера. Создаваемый режиссером замысел номера должен быть прост и понятен для отдыхающих детей. Не стоит предлагать ребятам участвовать в сценическом действии, если художественно-постановочная идея нереальна для их понимания, а герои, которых предстоит сыграть, обладают набором качеств, о которых юные зрители или артисты не слышали. Но это не значит, что содержательно-смысловая основа совершенно отсутствует в композиции замысла. Театрализованное зрелище позволяет органично согласовать все составляющие точной конструкции с простотой тематики и реалистичностью создаваемого события [6].

Обучающиеся направления в ходе репетиций замыслов стараются не определять слишком сложных исполнительских задач участникам представления. Репетиция метод постановки четких и конкретных действенных задач, которые решаются через освобождение игровой природы детей, развития физической и пластичной активности в таком профессиональном приеме, как подражание или «сценическое зеркало». Ведущий репетицию обучающийся самостоятельно проигрывает сценические ролевые задачи, а ребенок копирует увиденное действие в зеркале отражения своего наставника и таким образом осваивает роль.

Следует крайне тактично и уверенно проводить отбор детей для участия в репетируемых задачах номера, необходимо знание психологии работы с детским коллективом, практические навыки постановщика при назначении исполнителей на роли. Точность аргументирования выбора, но в то же время формирование чувства творческой свободы для исполнителя-ребенка в создании роли, которая его развивает, помогает избежать проблем в постановочном коллективе, избежать дезорганизации исполнителей в постановочной работе.

Не обойтись в репетициях замысла без обязательной тренинговой работы с исполнителями. Постановочный процесс организации досуговой деятельности определяют ограниченные временные сроки. При этом самый минимальный набор упражнений актерского или исполнительского тренинга обязателен для включения в творческий процесс подготовки замысла

театрализованного номера. Таким минимумом могут служить упражнения на концентрацию внимания и свободу воображения в музыке, пластическая и психофизическая настройка.

Важным условием для замысла театрализованного номера является высокая концентрация смысловой содержательности в репетициях. За короткое время нужно дать максимум художественной и постановочной информации участникам исполнительской группы. Данный процесс предъявляет к постановщику особые компетентностные требования в планировании организационно-управленческой и художественно-просветительской деятельности режиссера. Обучающийся в процессе создания замысла осваивает навыки работы с творческой инициативой и пластической активностью исполнителей-детей, чтобы каждый точно понимал: что, почему и когда ему нужно сделать. Решение таких задач достигается через точное планирование, репетиционную дисциплину и высокое напряжение участников в репетиционной работе, ответственность и требовательность к себе и участникам постановочной команды режиссера.

Основная цель приезда детей в оздоровительный комплекс – это отдых, развлечение и оздоровление. Программа работы комплексов по план-сетке заполнена плотным и содержательным перечнем спланированных элементов отдыха и развлечений. При этом отдыхающие дети быстро устают, и репетиции постановочных номеров могут стать нежеланной обузой, вызывать сопротивление, формировать отрицательные эмоции, как следствие – разрушение постановочного планирования и срыв художественных задач проекта, невозможность достижения цели, разрушение сверхзадачи режиссерского замысла. В связи с этим требуется формировать репетиционный процесс таким образом, чтобы, сохраняя высокую репетиционную требовательность к художественности смысловых сценических задач, эффективность планирования репетиций, делать эти процессы логичными и естественными, выполнимыми и желательными для детей [5].

Помимо организации исполнительского состава в театрализации событий требуется работа с ребятами, которые не готовы или по непонятным причинам демотивированы участвовать в исполнительском процессе, выступать непосредственно на сцене, но готовы внести свой вклад в номер на этапе его подготовки и репетиции. Такие участники или зрители, умеют рисовать, клеить, говорить с друзьями или что-то мастерить, а значит, смогут создавать декорации, строить художественный фон, создавать атмосферу ожидания интересного событийно-зрелищного проекта. Режиссеру важно контролировать сложность и релевантность предстоящей работы, не давать непосильных задач. Следует понимать, что ребята не могут объективно оценить своих возможностей или навыков, поэтому нужно постоянно координировать весь процесс репетиционной работы, чтобы в какие-то моменты внести изменения в постановочный результат. Сценические репетиционные или постановочные задачи замысла должны не просто выполняться, но давать пространство для

роста и развития, художественного просвещения и физического совершенствования юного участника проекта.

Вовлечение исполнителей или зрителей как участников театрализованного события в непосредственное сценическое действие театрализованного представления – одна из важнейших специфических особенностей социокультурного проектирования массовых художественно-спортивных зрелищ. Продуманное и точное согласование всех видов профессиональной деятельности в рамках освоения реального театрализованного события в режиссерском замысле позволяет не только достигать постановочного результата зрелища, но и, воодушевляя исполнительский и зрительский состав детей как участников театрализации в организации отдыха и оздоровления, включить их в смысловое сотворчество так, чтобы на сцене они заинтересовывали и вовлекали в творческий поток массового театрализованного зрелища. К таким результатам и стоит стремиться обучающемуся в учебной и производственной практике.

Вывод: опираясь на вышеперечисленные принципы театрализации, для выполнения задач профессиональной практики обучающиеся направления 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников» смогут успешно планировать и проводить все виды профессиональной деятельности. Работа режиссера над созданием замыслов должна готовиться заранее, на всех этапах постановочного процесса.

#### **Литература:**

1. Литвинова М. В. Классификация и типология массовых праздников и зрелищ / М.В. Литвинова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2012. – № 14 (133). – С. 191-201.

2. Марков О. И. К вопросу о сценариях акций постмодерна / О.И. Марков // Культура и время перемен. – 2014. – № 1(4). [Электронный ресурс]: URL: [timekguki.esrae.ru/20-29](http://timekguki.esrae.ru/20-29) (дата обращения 05.02. 2019).

3. Парадоксы культурологии: В перспективе культурологии: повседневность, язык, общество. Рос. ин-т культурологии / А.В. Ахутин. – М.: Академический проект; РИК, 2005. – 524 с.

4. Петров Б.Н. Массовые спортивно-художественные представления: Основы режиссуры, технологии, орг. и методики: Учеб. пособие для студентов высш. и сред. проф. учеб. заведений физ. культуры / Б.Н. Петров. – М.: Изд-во СпортАкадемПресс, 2001. – 351 с.

5. Плотников А.В. Проектирование модели профессиональной практики в процессе подготовки режиссеров театрализованных представлений и праздников / А.В. Плотников // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2017. – № 1. – С. 57-64.

6. Режиссура театрализованных представлений и праздников: Учебно-методическое пособие / А.В. Плотников, Г.Г. Плотникова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 71с.

## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕПЕТИЦИОННОГО МЕТОДА В РЕЖИССУРЕ ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ

А.В. Плотников, В.А. Липодат

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В данной статье исследуются особенности использования теоретических принципов метода репетиций в практике построения и реализации всех этапов режиссерско-постановочной деятельности в театрализованных представлениях, а также репетиция как персональный творческий метод в постановочной работе режиссера по созданию и реализации замысла театрализованного представления.*

***Ключевые слова:** метод репетиции, составляющие репетиционного процесса, репетиционный стиль режиссера, этапы исполнения метода репетиции.*

Современные особенности использования применения метода репетиции опираются на теоретические и методические принципы, которые и становятся основанием в практике построения и реализации всех этапов режиссерско-постановочной деятельности не только в классическом театральном процессе, но и в театрализованных представлениях. Сегодня репетиция как персональный творческий метод в постановочной работе режиссера позволяет и обучать бакалавров направления 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений», и формировать систему композиционно-постановочного планирования замыслов праздников, персональным методом для создания замысла и его реализации в событие театрализованного представления.

Актуальность данного исследования заключается в том, что обучающиеся направления 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников» в практических формах контактной аудиторной работы постоянно сталкиваются с репетиционным методом как инструментом отработки профессиональных компетенций режиссера зрелища, способом отработки навыков специфической работы по созданию замысла и освоения персональной методики адаптации к профессиональной деятельности под контролем ведущего преподавателя.

Цель статьи – определить теоретические методические принципы и осознать практические инструменты использования художественного метода репетиции для использования в персональной постановочной практике режиссера зрелища по подготовке театрализованного представления.

Мониторинг результатов практических показов обучающихся направления 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников» позволяет выделить важные составляющие репетиции как метода,

осознание которых может как помочь сделать репетицию «искусством манящим», по мнению А.В. Эфроса, так и сделать из репетиции неинтересный и для режиссера и для исполнителей процесс. Среди них:

- кажущая простота проведения репетиции;
- страх перед первой репетицией;
- незначительное представление важных теоретических и методических инструментов профессиональной деятельности режиссера как источника для подготовки и проведения репетиции;
- слабость планирования этапов и педагогических принципов репетиционного процесса;
- необходимость постоянной подготовки к репетиции.

Бакалавры направления неверно думают, что репетицию можно провести элементарно и без всякой подготовки, не зная теоретических принципов метода репетиции. Уже на первой репетиции такой режиссер сталкивается с группой проблем, которые и создаются из непонимания методических правил репетиционного процесса.

Осознание специфических особенностей построения и управления режиссером процесса репетиции и становится объектом исследования в статье. Именно такой объект исследования очень актуален, потому что будущий режиссер театрализованных зрелищ не может понять, почему у него никак не получается провести репетицию с результатом, который бы удовлетворил его. Но причина этому зачастую одна: неумение использовать или незнание методических принципов построения репетиции для театрализованного представления. Театрализованное представление имеет ряд отличительных особенностей в реализации замысла, которые заключаются в определенной функциональной направленности отбора выразительных средств и возможностей режиссера: обязательное пространственное ограничение сценической площадки замысла, полифоничность и иносказательность в художественных приемах, а также своеобразие в использовании монтажных решений композиции [3].

При этом режиссер остается абсолютно самостоятельным в определении уникальности идеи и свободе творческого полета живой фантазии на каждом этапе создания замысла зрелища. Бакалаврам направления важно еще на этапе обучения научиться понимать принципы и отрабатывать персональную методику действий в репетиции как систему планирования репетиционного процесса, постановочного способа режиссерской деятельности для согласования всех выразительных средств с исполнительским составом создаваемого зрелищного события театрализованного представления.

Создать и реализовать замысел театрализованного зрелища невозможно без подробного применения режиссером собственного метода репетиции, в этом и заключается актуальность предмета исследования в статье. Но как освоить и постоянно пополнять содержательность инструментов проведения репетиционного процесса, что отобрать, сочинить и заложить в репетицию решает всегда сам режиссер представления. Без репетиции невозможно создать

замысел зрелища, изложение его на бумаге становится функционально важным не только в контексте режиссерско-постановочной, но и организационно управленческой деятельности режиссера, является одним из первых этапов для формирования способа реализации художественного замысла. Однозначно данный метод является не только художественным, но и требует от режиссера развитого воображения и хорошей фантазии на каждом этапе репетиционного процесса. Иначе невозможно придумать уникальную идею, увлечь, заинтересовать, мотивировать исполнителей на серьезную работу, с учетом глубокого содержательного погружения каждого участника в репетиционный процесс.

Каждый обучающийся направления, за период обучения в вузе, на практике вырабатывает свой персональный способ репетиционной работы, который позднее становится стилем проведения репетиций. Репетиционный стиль является для режиссера самым действенным способом реализации замысла зрелища, связан не только с развитием личных компетенций, но и позволяет просвещать и развивать исполнительский состав постановочной команды.

Репетиции подразделяются на виды, существует несколько классификаций:

- репетиции, зависящие от условий: застольные, «в выгородке», сюда можно отнести и генеральные репетиции;
- по сфере отработки: творческие и технические;
- по использованию выразительных средств: хореографические, пластические, хоровые, оркестровые и другие;
- по количеству людей: индивидуальные, групповые, коллективные, с главными героями или с второстепенными;
- по характеру готовности: сводная, монтажная, прогонная, монтировочная, генеральная.

Каждый вид репетиций несет в себе определенный набор задач и условий взаимодействия с исполнителями. Необходимо серьезно разобраться с ними и правильно распределить по графику: какая репетиция и какие задачи должны быть выполнены.

Репетиции происходят последовательно и в несколько этапов, первый из которых репетиции «за столом». Застольные репетиции тоже имеют свою классификацию: 1) знакомство с темой, идеей, материалом поиск смыслов, форм и решений, 2) написание сценария, 3) создание постановочного плана, 4) готовность режиссерского сценария с графиком последующих репетиций и всех деталей.

Следующий этап работы – с исполнителями. Первая репетиция должна предоставить каждому набор задач, требуемый от того или иного человека. Исполнители должны понимать, что их ждет и что представляет будущее зрелище. Далее идет работа с главными героями, отработка их сценических действий и эмоций. Соответственно следующим этапом – работа с второстепенными героями. И репетиция техническая, которая заключается в сборе музыкального материала, если он присутствует и влияет на замысел, а также первоначальная работа со

светом. Далее идут сводные репетиции внутри отдельных номеров и далее цельных эпизодов. Следующим шагом является монтажная репетиция, цель которой выстроить единую композицию, проверить техническую работу и согласовать ее с творческой работой, внести изменения и отрепетировать не точные места. Прогонная репетиция – отработка целостности представления, проверка хронометража, ощущение атмосферы и согласование всех выразительных средств.

Заключительным этапом создания зрелища является генеральная репетиция, которая покажет результат готовности работы режиссера и его исполнителей. Это то же самое представление, но проходящее без зрителей.

Для запуска репетиций режиссер пользуется такими инструментами, как метод действенного анализа, который в свою очередь подразделяется на тренинг, импровизацию и этюд. Заключается он в раскрытии характера героев, поиске конфликтов, а также вариантов решений в тех или иных ситуациях. Этот метод репетиции может решить внутренние процессы погружения в характер героя и выстроить его индивидуальные мизансцены.

На основе отработанного материала исследования подведем некоторые итоги:

- репетиция – это неотъемлемая часть профессиональной деятельности режиссера;

- репетиция – это основной, самый используемый и действенный метод создания и реализации замысла театрализованного зрелища для режиссера, обучающегося на направлении 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников»;

- для того, чтобы выйти на репетицию, необходимо в теории знать о ней все и представлять каждую мелочь ее постановочного процесса. Начиная с того, что такое репетиция, заканчивая тем, что я скажу тому или иному исполнителю;

- необходимо использовать все теоретические принципы проведения репетиции на практике, для получения результата, представляемого на практическом показе зрителю;

- нельзя смешивать этапы репетиции между собой, необходимо следовать определенной структуре построения репетиции для получения максимально качественного результата за короткий срок.

#### **Литература:**

1. Зоркая Н.М. Сюжетные и зрелищные формы русской лубочной культуры конца XIX – начала XX века: дис. ...д-ра искусствоведения. – Москва, 1992. – 219 с.

2. Липков А.И. Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона. – Москва, 1990.

3. Плотников А.В., Сологуб Г.Н. Особенности формирования профессиональной культуры в подготовке режиссеров художественно-спортивной направленности / А.В. Плотников, Г.Н. Сологуб // Физическая культура, спорт-наука и практика. – Краснодар. 2018. – № 2. – С. 54-60.

4. Эйзенштейн С.М. Монтаж аттракционов // Избранные произведения: в 6-ти томах. Т. 2. – Москва, 1965. – 270 с.

5. Ясперс К. Смысл и назначение истории. – Москва, 1991. – 331 с.

## СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

А.В. Плотников, Г.Г. Плотникова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Вызовы социальной среды определяют задачи выявления роли и степени участия субъектов политического действия (государства, рынка и социальных институтов) в развитии и функционировании системы высшего образования. Формой общественного согласия может выступать социальное партнерство, на основе которого общество, власть, профессиональные и педагогические сообщества, общественные организации, предприятия и организации примут на себя обязательства и ответственность по развитию в стране и регионах образовательных процессов, отвечающих инновационным потребностям и задачам модернизации России.*

***Ключевые слова:** государственная образовательная политика, социальное партнерство, высшее образование, рынок труда.*

Предварительный анализ содержания понятия «политика» основан на деятельностном характере представленной дефиниции и вызван спецификой российской государственной политики в области образования. Представляется, что политика – это:

- область общественной жизни, связанная с организацией власти в государстве;
- деятельность представителей органов государственной власти, партий, общественных организаций, которая оказывает воздействие на развитие жизни общества, решение социальных проблем и пр.;
- деятельность человека, наделенная полномочиями общества и связанная с принятием и проведением в жизнь решений, для которого они принимаются.

Выделенные нами определения взаимно дополняют друг друга, акцентируют внимание на двух основных смыслах политики и употребляются преимущественно для обозначения политического курса. В узком значении – это деятельность субъектов управления для достижения целей в определенной области (экономической, социальной, образовательной, идеологической и т.д.). В широком значении – политика есть особая сфера жизнедеятельности людей, связанная с властными отношениями, с государством и государственным устройством, социальными институтами, принципами и нормами, функционирование и действие которых призвано гарантировать жизнеспособность того или иного сообщества людей, реализацию их общей

воли, интересов и потребностей. Последнее подразумевает включенность в поле взаимодействия по решению общественно важных проблем как минимум двух уровней субъектов политики – социальный уровень (индивиды и различные профессиональные, этнические, демографические и прочие слои) и институциональный уровень (государство, партии, профсоюзы и т. д.).

Является ли образование важным направлением государственной политики в целом? На первый взгляд, этот вопрос кажется тривиальным. Ведь образование есть «обучение, просвещение, развитие, совершенствование (ума, вкуса, характера и пр.)» [1] и, в соответствии с Законом РФ «Об образовании», осознается как важнейшее средство самореализации личности, удовлетворения личностных потребностей в интеллектуальном и духовно-нравственном развитии. Более того, законодатель в 1992 году провозгласил сферу образования приоритетной (статья 1 Закона РФ от 10.07.92 № 3266-1 «Об образовании»), подтвердив эту позицию в 1996 году (статья Закона РФ в редакции Федерального закона от 13.01.96 № 12-ФЗ). В качестве самостоятельного направления, государство проводит политику в области высшего и послевузовского профессионального образования (статья 2 Федерального закона «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»), основы государственной политики в сфере дополнительного профессионального образования отражены в Законе РФ от 10 июля 1992 г. № 3266-1 «Об образовании». Но изменения на постсоветском пространстве: внедрение рыночных механизмов в систему высшего образования, в частности появление негосударственного высшего образования, изменили роль государства в образовательной политике 90-х годов, в общественности развернулась дискуссия (которая продолжается до сих пор): является ли образование в условиях рыночной экономики общественным благом или это коммерческая услуга? Если это частная услуга, то «государству здесь делать нечего, тогда эта сфера регулируется рыночными отношениями. В лучшем случае государство отслеживает и защищает интересы учащихся как потребителей. Если же образование – общественное благо, рыночным механизмам в нем не место» [3]. Поэтому проблема заключается в следующем: если образовательная политика предполагает комплекс мер, которые принимаются государством и другими субъектами политического действия в отношении образования как социального института, то какова роль и степень участия этих субъектов по обеспечению развития и функционирования системы образования?

Исследования Л.Л. Шпаковской в области социологии образования констатируют связь образовательной и социальной политики [10]. В зависимости от сил, которые участвуют в кооперации (государство, рынок и академия), выделяются три модели политики высшего образования: «государственная» (скандинавские страны), «рыночная» (Великобритания и США) и «смешанная» (страны Центральной Европы) система. Позиция автора позволяет определить типичные характеристики влияния государства на систему высшего образования, которые соответствуют типу – содействующее

государство. При таком типе системы государство выполняет задачи регулирования доступности ко всем процессам высшего образования как сферы деятельности, определяет минимальные ограничения для внутренних процессов управления образовательной организацией, лицензирует и аккредитует, при этом устанавливает соответствующие государственным стандартам правила игры для высших учебных заведений всех форм собственности. Главная функция государства в таком типе взаимоотношений заключается в установлении стандартов качества образования. Важнейшая функция также – координировать и контролировать соблюдение стандартов заинтересованными сторонами образовательного процесса, в соответствии с реальной социально-экономической ситуацией в государстве. Типология централизованного управления государством содержания высшего образования формирует активность его влияния на существенные критерии деятельности вузов: лицензионный выбор специальностей и направлений основных образовательных программ, а также форматирование отношений образовательных учреждений с участниками и партнерами образовательных услуг. Российское высшее образование сегодня, по мнению автора исследования, включает характеристики каждой из представленных моделей, в условиях постоянных и динамичных изменений, которые еще не завершены, что существенно усложняет профессиональную деятельность образовательных организаций. Следовательно, важно максимально уменьшать роль государственного регулирования переводя процессы проверки профессиональной квалификации выпускников вузов в плоскость интересов предприятий и организаций реальной практики через механизмы общественной и профессиональной аккредитации результатов образовательных отношений заинтересованных сторон в условиях введения рыночных механизмов в систему высшего образования.

По нашему мнению, сегодня необходимо усиление стратегической политики государства в образовательной среде по снижению объема контрольных и аккредитационных инструментов, что обусловлено вызовами социальной среды, в частности некоторыми глобальными и локальными тенденциями:

1. Динамика изменений в демографической ситуации. В связи с обострением демографических процессов в государстве: старение населения, демографические провалы, вследствие снижения рождаемости в большинстве развитых стран, мировая экономика сегодня столкнулась с ростом требований работодателей к квалифицированной рабочей силе. При этом образовательные организации ни по предлагаемым направлениям и специальностям высшего образования, ни по структуре оказываемых ими услуг не готовы оперативно реагировать на демографические изменения и вызовы социальной ситуации.

2. Эволюция ценностей культуры. Ценностные ориентиры профессиональной культуры в различных профессиональных видах деятельности общества, сегодня трудно оценить с помощью конкретных компетентностных показателей. Результаты Всемирного исследования

профессиональных ценностей позволяют сделать вывод о том, что каждая последующая возрастная группа населения предпочитает профессиональную успешность как личное самовыражение, меньше обращает внимание на традиционные социально-нравственные постулаты основы общественной жизни: семью или религию, отечество или нацию. Российское высшее образование как важный институт создания компонентов социально-нравственной системы ценностей становится средой, где формируется симулякры каждого поколения о ценностях, закрепляющиеся в обществе. Традиционная отечественная концепция образования сменяется новой, в основу которой заложено формирование профессионала с активным запасом универсальных и общепрофессиональных компетенций, приобретенных в самостоятельности освоения профессиональных норм в ходе обучения. Главный приоритет процесса образования при этом – постоянное следование практике изменений профессиональных норм в течение всей жизни специалиста.

3. Технологическая революция. Сегодня новая информационная или цифровая революция последних лет, в отличие от индустриальной революции, определяет высокий рационализм отношения к образовательным отношениям. В завершение 20 века обозначился переход развитых стран к технологической стадии развития производственных отношений и производительных сил общества через повышенное внимание к науке и новым информационно-коммуникационным технологиям, закрепленным в формате понятия «общество, основанное на знаниях». Объем информации в различных сферах деятельности удваивается каждые несколько лет. Поэтому некоторые области знаний и навыков, которые получают обучающиеся, устаревают еще до получения диплома о высшем образовании.

4. Глобальная конкуренция. Мировым трендом производства, передачи и освоения знаний становится сегодня важность осознания информационного фона их последующего инновационного применения в производственной деятельности. В связи с этим управление процессами освоения знаний и продвижением информации об этом становится основной компетенцией профессионала. Роль инновационных подходов к профессиональной адаптации возрастает как в новых отраслях экономики, так и в традиционных. Содержанием инновационности в высшем образовании становится идея: «Не догонять прошлое, а создавать движение в будущее». Передовые образовательные образцы России ориентированы не столько на создание и передачу контентов знаний, которые постоянно устаревают, сколько на овладение набором базовых компетенций, которые позволяют приобретать и осваивать профессиональные знания и нормы самостоятельно. Современные тенденции в развитии высшего образования в большей мере носят догоняющий характер по отношению к потребностям развивающихся производственных отношений в экономике, которые требуют от образовательных организаций опережающего характера в подготовке кадров на перспективу; развитию исследовательского сектора, ориентированного на

создание инновационной экономики; внедрении перспективных наукоемких технологий в реальность практики.

5. Изменение социокультурной и информационно-технологической среды. Информатизация общества поставила перед образованием задачу решения проблемы согласованности знаний, полученных в высшем образовании с профессиональными нормами и ценностями, поступающими из телевидения, радио, газет, социальных сетей. Они часто противоречивы, агрессивны, безапелляционны, но именно они сегодня создают и формируют информационную модель мира.

6. Появление массового высшего образования, в том числе массовых онлайн-курсов (МООС – Massive Open Online Courses). Негативной стороной явилась девальвация образования, происходящая в развитых странах.

7. Кризис рынка труда. По данным статистики и мониторинга экономики образования, работодатели оценивают уровень профессиональной квалификации в подготовке выпускников вузов недостаточно высоко. Сформирована устойчивая позиция о том, что принимаемых на работу выпускников вузов сегодня необходимо профессионально адаптировать в практику, следовательно, их уровень профессиональной компетентности уступает специалистам, работающим на предприятиях.

Таким образом, сегодня в социальном и профессиональном пространстве выделяется перечень проблем, касающихся сферы высшего образования:

1. Отрицательный прирост населения и консервативная миграционная политика, не обеспечивающая адекватные экономическим потребностям количественные и качественные параметры притока и социокультурной интеграции рабочей силы.

2. Повышение уровня профессиональной конкуренции во всех сферах деятельности на рынке труда, что снижает координацию между заинтересованными сторонами отношений в высшем образовании и требованиями рынка труда.

3. Требования современных производительных сил и производственных отношений в экономике в условиях радикального ускорения темпов обновления знаний и роста их разнообразия создают значительное отставание традиционной системы получения знаний в образовании, реальных потребностей современной науки и высшего образования.

4. Динамика изменений ценностных социальных и профессиональных установок, отражающих гарантии семьи, общества и государства, требования и ограничения практики по отношению к условиям, обеспечивающим социально ожидаемое качество образования в профессиональной адаптации выпускников.

5. Повышение уровня определенности квалификации профессионала в критических или рискованных ситуациях, где выстраиваются и реализуются не только профессиональные, но и индивидуальные жизненные стратегии совместной деятельности людей.

В условиях широкомасштабной модернизации государство как субъект образовательного процесса должно функционировать исходя из представлений

долговременного общественного блага [2]. Мы считаем разумным формировать образовательную политику государства как систему институционализации достижения стратегических приоритетов государства в сфере высшего образования с использованием инновационных принципов и механизмов реализации этих целей.

Сегодня доступность качественного компетентностного образования становится стратегической целью государственной политики в области образования, соответствует требованиям инновационного развития экономики, современным ожиданиям общества и условиям развития современного гражданина. Применительно к сфере профессионального образования правительством Российской Федерации поставлены приоритетные задачи:

- развитие системы непрерывности образования, профессиональной подготовки и переподготовки, с учетом создания институтов внешней независимой сертификации профессиональных квалификаций специалиста;

- создание механизмов, которые поддерживают потребителя услуг непрерывного профессионального образования через корпоративные программы подготовки и переподготовки профессиональных кадров;

- формирование возможностей для оценки качества профессиональной квалификации образовательных услуг, с учетом мнения обучающихся как потребителей, востребованности международных исследований аккредитации и сертификации, при помощи создания инновационной и открытой системы информирования граждан об образовательных услугах, обеспечивающей доступность и своевременное обновление достоверной профессиональной информации для освоения обучающимися;

- развитие структурных оснований участия потребителей и общественных институтов в осуществлении координации уровня квалификации выпускников и оценки результатов качества высшего образования.

Сегодня в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. определена необходимость развития интеллектуальных ресурсов, экономики знаний, что позволит России сократить отставание от развитых стран мира и обеспечить рост качества жизни населения, а также не даст России оказаться в экономической и информационной изоляции от мирового сообщества [4].

Однако заявленная позиция не исключает активного участия в образовательной политике других субъектов политического действия. В современных информационных условиях изменяется представление о личности в социуме как результате системы образования в России. Индивид становится инициатором инновационных идей, тем самым преобразует знание в основной фактор производственных отношений, изменяет потребительскую специфику труда в организации, при этом труд становится когнитивным и приобретает инвестиционный характер. Инвестиционный характер когнитивного труда – это постоянное инвестирование работником в собственный человеческий капитал, а работодателем в гуманитарный ресурс. Кадры – основной состав квалифицированных работников организаций, государственных учреждений,

профессиональных, общественных и иных организаций [9]. Сами же знания становятся не просто ключевым созидательным фактором, но и самостоятельным специфическим благом, которое необходимо расширенно воспроизводить [8]. И на этом фоне актуальна значимость как поощрительной и поддерживающей функций государства, так и частной инициативы.

Вновь обратимся к опыту стран Евросоюза, где выработка образовательной политики все больше опирается на социальное партнерство. В системе профессионального образования оно зависит от базовой модели профессионального образования и обучения, принятой в конкретном государстве и степени государственного участия во взаимодействии заинтересованных сторон. Активное становление социального партнерства в странах Западной Европы происходило с середины 50-х гг., и к началу 90-х там сложились его основные организационные модели [5]. Снижение влияния государства через политику в области профессионального обучения определяемого, в основном, на местном уровне, выводит центральную роль работодателей, которым лучше чем кому-либо известны потребности рынка труда. В государствах Евросоюза создана открытая модель производственных отношений, где доминирует роль ассоциаций работодателя в оценке квалификации профессионалов. В случае, когда государство планирует и реализует профессиональное обучение, координирует его структуры и управляет его форматированием, осуществляется модель государственного вмешательства. Например, во Франции государство регулирует систему профессионального образования в сотрудничестве с социальными партнерами. Контекст развития некорпоративной модели (Германия, Дания, Нидерланды) позволяет государству определять общие границы профессиональной деятельности частных компаний и в организации профессионального образования и обучения. В профессиональной адаптации весьма активную роль играют ассоциации работодателей, а также профсоюзы, а государство закрепляет законность их решений, принятых на основе выработки группового консенсуса.

В России социальное партнерство формируется как инструмент закрепления результатов развития рыночного общества, как условие динамичных тенденций, происходящих в социуме, в социально-экономическом и политическом положении его социальных групп и профессиональных сообществ. Содержательным предметом социального партнерства в сфере высшего образования является комплекс согласования заинтересованными сторонами механизмов воздействия на образовательную среду и связанные с ней социальные институты [7]. Целью согласования становится повышение качества образовательных услуг для решения задач формирования компетентного профессионала, востребованного на рынке труда. Объектом социального партнерства на институциональном уровне является деятельность заинтересованных сторон: структурность образовательных организаций, связанность образовательного процесса с интересами объединений работодателей, взаимодействие с органами государственной и муниципальной

власти, общественными объединениями. Предмет социального партнерства – устойчивость и социальная активность взаимодействия заинтересованных сторон, которое зависит от ключевых параметров субъекта – института образования:

– финансирование образовательных учреждений должно гарантировать им определенную свободу, давать возможность реализовывать управленческие решения в соответствии со своими стратегиями и потребностями рынка труда. Создаваемые финансовые и гуманитарные ресурсы вуза становятся необходимым условием не только взаимодействия с внешними проектами, привлечения внешних партнеров, но и создания мотивации новых заинтересованных сторон высшего образования, в случае необходимости, среды закрепления экономической поддержки их деятельности в интересах процесса образования;

– готовность к стратегическому мышлению в высшем образовании и способность образовательных организаций разрабатывать и реализовать собственную стратегию. Создание условий, когда управленческий персонал вуза готов к обсуждению с заинтересованными сторонами и выбору ближайшей и отдаленной перспективы социального партнерства. Если эта готовность имеется и способность доминирует, то вуз уверенно реагирует на динамику изменений внешней среды. При этом важно, чтобы менеджмент вуза обладал аналитичностью мышления, формировал концептуальный потенциал для перевода внешних влияний в стратегические цели развития собственных гуманитарных ресурсов и стратегических способностей;

– степень оперативности в проектных изменениях образовательной организации, в развитии осуществляемых образовательных программ. Такая мобильность опирается на организационно-управленческую структуру, а также правовую систему, определяет специфическое положение вуза, его миссию и место в образовательной и профессиональной сферах. Немаловажным фактором является информационная гибкость в поведении управленческой структуры, отвечающей за действие в этих сферах на местном и региональном уровнях.

В целом, анализ общих и специфических тенденций развития социального партнерства в сфере высшего образования и рынка труда позволил сформулировать принципы, на которых базируется процесс эффективного взаимодействия:

– принцип соответствия модели социального партнерства целям единой федеральной политики в области образования и задачам региональной политики профессионального образования (социально-экономическое развитие региона определяет возможности удовлетворения потребностей населения);

– принцип взаимной ответственности участников социального партнерства;

– принцип разделения компетенции участников социального партнерства. Означает самостоятельность субъектов социального партнерства при сохранении единого образовательного пространства;

– принцип ориентации социального партнерства на практический результат. Всегда требует включенности кадрового состава и коллегиального стиля разработки стандартов и регламентов деятельности с привлечением в качестве экспертов объединений работодателей, представителей органов управления образованием, родительской общественности и др.;

– принцип активной позиции в партнерских отношениях.

Главным принципом социального партнерства должен стать принцип общественного участия [6]. Он предполагает достижение общественного согласия, на основе которого общество, власть, профессиональные и педагогические сообщества, общественные организации, предприятия и организации примут на себя обязательства и ответственность по развитию в стране и регионах образовательных процессов, отвечающих инновационным потребностям и задачам модернизации России.

### **Литература:**

1. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. Первое издание. – СПб.: Норинт, 1998. Публикуется в авторской редакции 2009 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)

2. Борисова В.Д. Определение роли государства в экономическом развитии страны // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2012. – № 28. – С. 235-238.

3. Идея университета: вызовы современной эпохи (Часть II) // Высшее образование в России. – 2012. – № 8-9. – С. 26-44.

4. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/fcp/rasp\\_2008\\_N1662\\_red\\_08.08.2009](http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/fcp/rasp_2008_N1662_red_08.08.2009)

5. Олейникова О. Социальное партнерство в сфере профессионального образования в странах Европейского Союза / О. Олейникова, А. Муравьева // Высшее образование в России. – 2006. – № 6. – С. 111-121.

6. Плотников А.В. Социальное партнерство в профессиональном образовании: на что можно надеяться вузам? / А.В. Плотников, А.А. Егорова // Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом: Материалы III Международной научно-практической конференции: в 3-ех томах. – 2016. – С. 428-431.

7. Плотникова Г.Г. Подготовка управленческих кадров в системе дополнительного профессионального образования // Образование и наука. – 2014. – № 6 (115). – С. 134-148.

8. Салихов Б.В. Интеллектуальный капитал организации: сущность структура и основы управления. – М., 2008. – 156 с.

9. Управление организацией: энциклопедический словарь / Под ред. А.Г. Поршнева, А.Я. Кибанова, В.Н. Гунина. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 822 с.

10. Шпаковская Л.Л. Политика высшего образования в Европе и России. – СПб.: Норма, 2007. – 328 с.

## ТЕАТРАЛИЗОВАННОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ПРОГРАММА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Г.Г. Плотникова, А.В. Ефимова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье исследуется значение жизнедеятельности человека как совокупности различных видов деятельности, обеспечивающей удовлетворение потребностей человека, коллектива, группы с учетом требований социальной среды и всего общества. Описана реализация режиссерского замысла театрализованного представления по формированию комплекса привычек для ведения здорового образа жизни у школьников.*

***Ключевые слова:** театрализованное представление, здоровый образ жизни, комплекс привычек, жизнедеятельность.*

В формировании здорового образа жизни едва ли не определяющее значение имеет жизнедеятельность человека – способ существования, который протекает в непрерывном контакте со сферой обитания [5]. В ходе своей деятельности человек находится во взаимосвязи с абсолютно всеми компонентами среды обитания, которая, в свою очередь, делится на бытовую и производственную. В настоящее время человек старается расширить свою деятельность и сделать наиболее комфортным свое времяпрепровождение и отдых.

За свою жизнь человек сталкивается с разного рода проблемами – личными, бытовыми, психологическими и т.д. Многие из них зарождаются еще в детстве, в процессе воспитания и обучения. Человек начинает жить в социальной системе, в институте семьи, школы, там, где и начинается процесс формирования его как личности. Поэтому важно в период становления ребенка как личности уделять время развитию его внутреннего мира и его социальному развитию в разных сферах деятельности, так как неправильное формирование ценностей, привычек, мнений и взглядов в дальнейшем повлияет на развитие его жизнедеятельности.

Философия жизнедеятельности многогранна и является одной из движущих сил, которые помогают в становлении личности. Изучая процессы познания, философия формирует наиболее общие принципы, формы и методы познания, которые необходимы любому человеку, так как его жизнедеятельность – это непрерывная цепочка приема и реализации решений. Разумеется, они тем эффективнее, чем больше основываются на полном и исчерпывающем знании о предмете. А получение его возможно в ходе квалифицированных познавательных актов. Философствующий субъект волей-

неволей стремится к истине, точному знанию, избегая заблуждений. П. Гольбах полагал: «...нужно раскрыть людям истину, показать им ее притягательную силу, внушить отвращение к постыдному культу заблуждения, которое, скрываясь в образе истины, слишком часто становится объектом их поклонения. Блеск истины может резать глаза лишь врагам человеческого рода, чья власть сильна только глупым невежеством, в котором они держат умы людей» [3, с. 56]. Познать – значит стремиться ответить на основные вопросы бытия человека: «Кто Я (Мы)? Откуда Я (Мы)? Зачем Я (Мы)?», вопросы, которые выводят на смысл просветленной жизни, выяснение значения жизнедеятельности человека.

Человек как элемент общественной системы реализует себя в самых разных отношениях и областях. В результате особой культурной деятельности человек преобразует природу согласно своим духовным потребностям, тем самым реализуя свою внутреннюю сущность. Жизнедеятельность – взаимосвязанная совокупность различных видов деятельности, обеспечивающая удовлетворение потребностей человека, коллектива, группы с учетом требований и потребностей более широкой социальной среды и всего общества.

Жизнедеятельность воспитательной организации становится условием развития человека постольку, поскольку он может и стремится реализовать в ней свою активность, выступая в качестве субъекта представленных в конкретной организации сфер жизнедеятельности. Содержательно жизнедеятельность воспитательной организации может включать в себя ряд сфер: общение, познание, предметно-практическую деятельность, духовно-практическую деятельность, спорт, игру [4]. Развитие человека в том или ином возрасте определяется благоприятными условиями для успешной реализации его активного поведения в различных сферах жизнедеятельности, особенно значимых для его возраста. Активность человека неравномерна в каждой из сфер его жизни. Кроме того, в каждой сфере активность может иметь различные направления и формы реализации. Конечно, предложенное выделение сфер жизнедеятельности несколько условно, ибо в реальности они тесно взаимосвязаны и взаимозависимы. Так, реализация человеком активности в сфере общения происходит главным образом в межличностных отношениях с окружающими его людьми. Но эта же активность реализуется и в других сферах жизнедеятельности. Активность в сфере познания реализуется и в процессе обучения, и в процессе общения, и в процессе игры и т. д.

В зависимости от типа воспитательной организации та или иная из выделенных сфер может быть содержательной основой ее жизнедеятельности (познание – в школе, познание и предметно-практическая деятельность – в ПТУ и т.д.), ее компонентом (предметно-практическая деятельность – в школе, в летнем лагере) или фоном жизнедеятельности (общение, спорт, игра в любой организации).

Одной из важных составляющих жизнедеятельности человека является здоровый образ жизни – это многогранный и сложный комплекс полезных

привычек, которые положительно влияют на здоровье и жизнедеятельность человека. Они развивают физические и моральные качества, делают жизнь человека разнообразней и лучше [1].

Вопрос развития ценностей в области здорового образа жизни стоит сейчас наиболее остро и актуален не только для определенного человека, но и для общества в целом. Степень развития физической культуры, состояние здоровья, интенсивное долголетие, которые являются важными факторами реализации человеческих возможностей, рассматриваются на сегодняшний день в качестве основных критериев общественного прогресса и гуманизации общества [6]. Одновременно с этим стоит отметить укрепление отрицательных веяний в образе жизни детей школьного возраста, имеющих в итоге неутешительные результаты не только для здоровья, но и для дальнейшей перспективы существования, как в профессиональной, так и в личной деятельности. Начинается обесценивание моральных и физических ценностей, таких как: понятие о добре и зле, свободе и ответственности, честности и справедливости, физическом развитии и здоровье, что приводит к снижению интереса к спорту и физической культуре, а вследствие этого и культивированию физически-физиологических данных, противоречащих истинным ценностям физической культуры. Особенную тревогу порождает увеличение разрушительных форм и возможностей самовыражения молодого поколения, отрицательно действующих на состояние здоровья и нервную систему школьников, рушащих физиологическое и психологическое состояние и представляющих настоящую опасность для безопасности государства.

В настоящее время существует множество способов влияния на формирование здорового образа жизни. Через искусство, спорт социальные коммуникации. Их целью является направление молодого поколения и укрепление их жизненной позиции без отрицательных последствий для общества. Спортивные проекты, творческие мероприятия, акции, агитационные выступления формируют у подростков устоявшееся мировоззрение, и мотивирует на развитие в разных сферах своей жизнедеятельности [2]. В рамках программы «Здоровьесбережения» в общеобразовательных учреждениях проводятся классные часы на тему здорового образа жизни. Данные мероприятия проводятся с целью оповещения, донесения важной информации до школьников, которая пригодится им на этапе их становления, как личности и здорового организма, так и в будущем. В МБОУ СОШ №1 г. Тихорецка классные часы не редкость и преподавательский состав пытается сделать все возможное, чтобы информация о здоровом образе жизни была усвоена школьниками. По этой причине 12 февраля 2019 г. был организован классный час, посвященный теме «Формирования здорового образа жизни у школьников».

В театрализованном представлении были показаны сферы деятельности, с помощью которых школьник может обезопасить свою жизнедеятельность. В центре сюжета мальчик, с первого взгляда одиночка, лентяй и задира, но на самом деле способный и открытый для новых знаний и интересных событий.

Вместе с персонажем «Свод правил» он познает необычный мир «Энциклопедия здорового человека» и знакомится с местными жителями разных городов. Несмотря на вмешательство приставучих Опечаток, которые постоянно поступают плохо, проказничают и пытаются переманить героя на свою темную сторону, главный герой преодолевает все трудности и внутренние сопротивления, выбирает друзей, здоровье, а самое главное – жизнь. Из смысловой составляющей замысла появилось название театрализованного представления «Я. Они. Мы!».

В процессе формирования замысла были определены его составляющие.

Тема: о здоровом человеке, его становлении, развитии и образе жизни.

Идея: здоровая душа, означает здоровый дух в здоровом теле.

Конфликт: главный герой борется с внешними факторами, которые формируют ложные представления о здоровом человеке. Но благодаря друзьям он отбрасывает негативные наставления и выбирает жизнь, где нет места для «вредителей» его жизнедеятельности.

Сверхзадача: человек должен развиваться не только физически, но и духовно, достигая гармонии с самим собой и окружающей его действительностью.

Композиционная структура театрализованного представления включает в себя пять стадий развития сюжета. На основе этого было разработано семь эпизодов, которые формировали, обостряли и развивали конфликт. Экспозицией представления является эпизод «Хулиган», где с первых секунд мы начинаем знакомиться с главным героем – Димкой. Он хулиган, задира и правонарушитель. Не учит уроки, плохо ведет себя в школе, не соблюдает правила здорового образа жизни, но очень любит комиксы. Однажды Димка приходит в библиотеку за очередным номером и находит там книгу без картинок «Энциклопедия здорового человека». С этого момента начинается его история, он отправляется в путешествие по книге, где будет сам создавать картинки своей новой жизни. Эпизод «Свод правил» завязка действия. Он раскрывает нам персонажей: Талант, Сила, Ум, Веселье и Здоровье – ключевые обитатели книги, которые начинают историю с главных законов и принципов здорового образа жизни и в дальнейшем помогают главному герою на протяжении истории.

Развитие действия строится из ряда эпизодов – «Город Движения», «Город Спорта», «Город Почемучек», которые включают в себя: монтажные решения, вставные номера, активизацию зрителя, показательные выступления спортсменов для того, чтобы донести до главного героя, что здоровый образ жизни – это не только соблюдение режима и зарядка, а еще эрудиция, смекалка, хорошее поведение и правильное питание. Но появляются те, кто считает иначе и старается переубедить героя – это Опечатки, обитатели книги, а также главные антагонисты Свода правил. Для них не существует законов и принципов, они живут за счет ошибок и клякс. Поэтому стараются навязать Димке отрицательную точку зрения и привычки, они считают, что он может стать одним из них.

Кульминация театрализованного представления – эпизод «Город творчества». Он задуман так, чтобы продемонстрировать главному герою всестороннее развитие здорового человека, чтобы он смог сделать правильный выбор. Здесь выделены основные виды искусства и их польза для жизнедеятельности человека. Также в данном эпизоде происходит столкновение двух интересов, которые боролись друг с другом на протяжении всего представления. И в процессе кульминации Димка понимает, что больше не желает быть Хулиганом, а хочет учиться, развиваться и соблюдать нормы и принципы здорового образа жизни.

Заключительный эпизод – «Будущее» – является развязкой действия и финалом. Несмотря на все противоречия, главный герой выбирает друзей, а самое главное – здоровый образ жизни. Он понимает, что человек должен развиваться и стремиться к здоровому будущему.

Сценографическое оформление – на площадке размером 6 на 5 метров располагались книжные стеллажи, столы. Стеллажи с книгами и журналами о спорте, природе, здоровом образе жизни, также рядом находилась выставка, посвященная охране природы и окружающей среды.

В театрализованном представлении «Я. Они. Мы!» были использованы элементы художественно-спортивной выразительности и видов спортивной деятельности:

1. Упражнения спортивно-художественного жанра представления: построения, перестроения.
2. Выступление спортивной организации.
3. Методы физического воспитания.

Стоит отметить, что школьники активно включились в предложенную им форму классного часа на тему здорового образа жизни. Театрализованное представление «Я. Они. Мы!» можно рассматривать как продуктивную программу по формированию привычек к ведению здорового образа жизни у школьников, которые в процессе просмотра выяснили следующее: чтобы выработать ту или иную привычку, школьнику необходимо придерживаться определенных действий. Во-первых, поставить точную цель, ведь надо иметь представление о том, для чего нужна эта повторяющаяся форма поведения и что полезного она принесет в их жизнедеятельность, если такое понимание есть, то процесс выработки привычки пойдет легко. Во-вторых, начать с самых простых и ненавязчивых действий, которые не вызовут противоречивых мыслей в сознании и негативных изменений в организме школьника. И, наконец, чтобы что-то стало привычкой по собственной воле, школьник должен приложить определенные усилия для ее реализации и с каждым днем совершенствоваться и двигаться вперед.

Таким образом, здоровый образ жизни – это многогранный и сложный комплекс, который является одной из важных составляющих жизнедеятельности человека. В этом процессе формируется один из ключевых факторов, который помогает человеку в разных сферах жизни или, наоборот, противоречит и приносит дискомфорт – привычка. Поэтому важно следить за

своим здоровьем и быть внимательным к своим ежедневным действиям, чтобы они приносили только пользу, самосовершенствование и делали человека счастливым.

### **Литература:**

1. Близнюк А.И. Здоровый образ жизни и здоровье: современное состояние проблемы / А.И. Близнюк // Медицинские новости. – 2014. – № 4 (235). – С. 31-33.
2. Бутова А.В. Художественная самодеятельность как инструмент развития мотивации к творчеству студентов в социокультурном пространстве / А.В. Бутова, А.В. Плотников / Молодежный научный форум: гуманитарные науки. – 2017. – № 1 (40). – С. 47-53.
3. Гольбах П. Избранные произведения в двух томах: Т.1. – М.: Мысль, 1963. – 715 с. (56)
4. Гуменюк Е.И. Будь здоров! Формирование основ здорового образа жизни у детей дошкольного возраста (+ 16 карточек) / Е.И. Гуменюк, Н.А. Слисенко. – М.: Детство-Пресс, 2016. – 162 с.
5. Здоровьесберегающее образование: современные факторы развития: монография / Л.М. Алдарова, Н.К. Артемьева, С.П. Аршинник и др. / под ред. Н.И. Дворкиной, О.Г. Лызаря. – Самара: ООО «Офорт», 2016. – 205 с.
6. Плотникова Г.Г. Формирование мотивации к здоровому образу жизни у школьников / Г.Г. Плотникова, Ю.С. Фиалковская / Приоритетные направления развития науки и образования: сборник статей Международной научно-практической конференции в 2 частях. – 2018. – С. 92-95.

## ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КАК СПОСОБ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЗРИТЕЛЯ В МАССОВЫХ ЗРЕЛИЩАХ

Г.Г. Плотникова, Д.В. Павлов

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В статье выявлены принципы отбора выразительных средств массовых зрелищ в аспекте эстетического воздействия на зрителя: принцип постоянного удивления, гармоничности и сопереживания. Утверждается, что выразительные средства представляют собой набор художественных методов и приемов. Задача режиссера организовать выразительные средства так, чтобы они служили единой цели построения зрелища, усиливали к нему зрительский интерес.

*Ключевые слова:* массовое зрелище, выразительные средства массовых зрелищ, зритель, эстетическое воздействие, режиссерско-постановочная деятельность.

В наше время массовое зрелище занимает большое место в жизни человека и страны. Любое значимое событие, праздник обязательно сопровождается массовым зрелищем, которое способно вызывать сильные переживания и эмоции, создать приподнятое настроение общества в честь радостного события или же заставить задуматься о какой-либо важной теме. Именно поэтому внутри зрелища так важен момент эстетического воздействия на зрителя, чтобы зрелище не прошло мимо его восприятия и выполнило свою задачу. Художественное творчество как процесс создания новых эстетических ценностей воспитывает положительный опыт у зрителя. В таком художественно-педагогическом процессе участник зрелища становится его субъектом, то есть активно действующим лицом. В предложенной ему эстетической реальности он способен отличить хорошее от плохого, полезное от вредного, доброе от злого. Более того, он готов составить собственную программу действий, исходя из нравственных уроков массового зрелища [1].

Технический прогресс вносит значительное видовое разнообразие выразительных средств, из-за чего молодым и неопытным режиссерам становится все сложнее правильно их отобрать и сочетать между собой. Выразительные средства массовых зрелищ имеют важное значение в аспекте эстетического воздействия на зрителя. Так, например, музыка, свет, сценография зрелища оказывают существенное влияние на восприятие зрителем действий на сцене. Именно выразительные средства в ракурсе авторской идеи делают зрелище уникальным, а действие на сцене – точным, интересным и понятным. Следовательно, такое массовое зрелище может достигнуть сверхзадачи и оказать должное воздействие на зрителя. Произойти

это может лишь в том случае, когда точно соблюдаются принципы использования выразительных средств.

Цель статьи – определить и сформулировать принципы отбора, при которых выразительные средства становятся способом эстетического воздействия на зрителя в массовых зрелищах.

Массовое зрелище является эстетическим феноменом в широком смысле. Оно может охватывать и спортивные игры, и публичные церемонии, праздничные представления и так далее. Все это объясняется широким определением зрелища. Массовое зрелище аккумулирует энергию коллектива (актера, публики), организует социальный опыт личности, формирует ее творческое воображение. При этом в массовом зрелище всегда присутствует эффект соучастия, зрелище наполнено взрывом эмоций. Оно живо развивает правила – всегда поражать, обновляясь. Отсюда при отборе выразительных средств возникает принцип постоянного удивления.

Выразительные средства в массовом зрелище – весьма важная составляющая. Разного рода выразительные средства делают сценарий уникальным и отличным от других, закладывают потенциальные эмоции и позволяют передать их зрителю. Набор выразительных средств достаточно велик, со временем и с развитием различных технологий он, безусловно, будет пополняться. И, несмотря на все разнообразие, необходимо уметь максимально органично сочетать различные формы выразительности и не гнаться за нагромождением всяческих уловок и придумок. Отсюда при отборе выразительных средств появляется принцип гармоничности.

Эстетическое воздействие на зрителя – влияние на человека, вызывающее у него эмоциональные переживания, связанные с чувством прекрасного. Воздействие на зрителя – это та самая сверхзадача, которую режиссер формулирует еще на этапе создания замысла. Однако, как бы эта сверхзадача не звучала, массовое зрелище не может существовать без эстетического восприятия его содержания, без соотношения себя каждым зрителем с действиями на сцене. На основании этого мы выводим третий принцип – сопереживания.

Когда мы говорим о выразительных средствах, то мы понимаем под этим понятием все те средства и приемы, которые усиливают художественное содержание и восприятие замысла зрелища. Арсенал выразительных средств очень богат, например, мизансцена – расположение актеров на сцене в тот или иной момент представления. Одно из основных средств проявления внутреннего содержания произведения. Через систему мизансцен режиссер придает зрелищу определенную пластическую форму. Каждая мизансцена должна быть психологически оправдана актерами, возникать естественно, непринужденно и органично.

Построение выразительных и правдивых мизансцен опирается на общекультурные знания и навыки режиссера. В частности, на его художественный вкус, просвещенность в различных видах искусства и компетентность. «Понятие «компетентность» обычно используют для

обозначения экспертного знания. Однако этот термин не однозначен, а расширенное толкование компетентности включает помимо квалификации эксперта в специальной области знания, уровень общетеоретической подготовки, широту кругозора, эрудицию, остроту мышления и т.д.» [5, с. 147]. Для режиссера основой построения мизансцен могут послужить известные произведения искусства, культурные достояния и пр.

Итак, создать точно пространственное-пластическое решение зрелища – это одна из важнейших задач режиссуры, а мизансцена является одним из мощнейших выразительных средств режиссуры.

Выразительными средствами могут служить и символы, аллегории, метафоры. Например, язык китайской классической оперы могут читать «посвященные» в это древнее эмоционально-образное искусство. Важную роль здесь играют пантомима, цвет, жест. Зритель готов к тому, что актер с красной краской на лице вызывает симпатию, а если лицо актера выкрашено в белый цвет – то такому персонажу не стоит доверять. Знак – путеводитель, если его не освоить, то за перипетиями на сцене трудно будет следить. Вместе с тем представление превращается в загадку, которую следует разгадать, и успех в этом предприятии во многом зависит от эрудиции, интеллекта и жизненного опыта театрала. Смысловые и эмоциональные параллели пробуждают воображение зрителя, «заставляя» его домысливать, строить догадки, находиться в активном внимании на протяжении всего представления [8]. Следовательно, использование символа, метафоры, аллегории в зрелище, это разумное решение, но в то же время – это всего лишь прием, и, как любой прием, он работает, когда не замечается зрителем. Он должен воспринимать не приемы и не форму, но через прием и форму – содержание и вовсе не должен обращать внимания на средства, которые доносят содержание до его сознания.

Базовая составляющая зрелища – музыкальная презентация представления, ее особенности, характер, ритм передают атмосферу, характер персонажей, уникальность художественного образа зрелища. Музыка может передавать характер и национальный колорит, быть лейтмотивом и ассоциировать с собой образ спектакля или роли. Зачастую именно музыка, как выразительное средство, становится первым инструментом создания образа представления. Описывая характерные особенности художественно-спортивного, праздничного зрелища мирового масштаба «Сны о России» на церемонии открытия зимних XXII Олимпийских игр в Сочи (2014), Т.Ю. Смирнягина вместе со зрителем видит Россию «новыми» глазами: «Весь этот парящий «караван» сопровождали удивительно колоритные по звучанию «Половецкие пляски» А. Бородина: в каждый последующий куплет влеталось многоголосье, окрашенное национальным колоритом – от якутского горлового пения до кавказских песнопений. В новой аранжировке (И. Матвиенко) ярко и весело представлена национальная идея современной России, несущей «на крыльях ветра» свое многонациональное единство и культурное наследие» [7, с. 118].

В своей книге «Режиссура массовых театрализованных зрелищ и музыкальных представлений» И.Э. Горюнова говорит о том, что «свет как средство выразительности приобретает в современном массовом театрализованном зрелище все более главенствующее значение. На сегодняшний день свет служит не только элементом художественной выразительности, но и может являться самостоятельным действующим лицом» [2, с. 35]. По сути И.Э. Горюнова предупреждает нас о том, что в представлении свет может быть основным, чуть ли не единственным художественным средством оформления. В этом аспекте все современные массовые зрелища оснащены световой проекцией. С ее помощью можно использовать различные динамичные проекционные эффекты или статичные изображения, которые могут заменить живописные детали оформления (так называемые светопроекционные декорации). Продуманное использование световой проекции, а также кинопроекции, необычайно расширяет роль света в представлении и обогащает его художественные возможности.

Таким образом, сценография – специально созданное оформление, определяющее и выражающее образ всего представления и отдельных его эпизодов; использование игрового света, фоновой музыки, шумов и других элементов, создающих нужную в данном эпизоде и во всем зрелище определенную и точную сценическую атмосферу.

Очень эффектно смотрится в массовом зрелище такое выразительно средство, как аттракцион. Что становится объектом нашего интенсивного внимания, любопытства? На этот вопрос отвечает А.И. Липков в книге «Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона»: «Нечто нарушающее законный порядок, резко выделяющееся своими параметрами на общем обыденном фоне. Аттракционно все то, чему человек не знает объяснения» [4, с. 34]. Аттракцион, это своего рода приманка, которая привлекает внимание зрителя, заставляет его смотреть и слушать.

Сами по себе выразительные средства представляют собой лишь набор художественных методов и приемов. Задача режиссера организовать выразительные средства таким образом, чтобы все они служили единой цели, не мешали друг другу, усиливали зрительский интерес. Более того, любой режиссер театрализованного концерта обязан помнить, что вводимые им элементы, приспособления, выразительные средства никоим образом не должны нарушать смысла и характера выбранных для концерта номеров [6]. Нарушение взаимосвязи между событийным материалом и художественными выразительными средствами (образным его воплощением) приводит к ослаблению воспитательного воздействия зрелища на зрителя [3].

Таким образом, стоит заметить, что знание описанных нами выразительных средств не означает умение верно их использовать. Для того чтобы все эти средства служили по назначению и во благо поставленным задачам, при отборе и организации выразительных средств необходимо руководствоваться принципами, которые мы обосновали выше – удивление, гармоничность, сопереживание. Сочетание этих принципов позволит достичь

необходимого эстетического воздействия на зрителя в массовом зрелище. И если соблюдать принципы отбора и организации выразительных средств, то они максимально эффективно выполняют возложенные на них задачи. Но для этого режиссер должен не только знать и разбираться в выразительных средствах, но и точно понимать свой замысел.

### **Литература:**

1. Гавдис С.И. Праздник как форма передачи историко-культурных традиций / С.И. Гавдис // Орловский государственный институт культуры как фундаментальный центр сохранения и развития отечественной культуры: материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 231-236.

2. Горюнова И.Э. Режиссура массовых театрализованных зрелищ и музыкальных представлений: Лекции и сценарии / И.Э. Горюнова. – СПб.: Композитор\*Санкт-Петербург, 2014. – 208 с.

3. Конович А.А. Театрализованные праздники и обряды в СССР: Науч.-попул. – М.: Высш. шк., 1990. – 208 с.

4. Липков А.И. Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона / А.И. Липков. – Москва.: Наука, 1990. – 240 с.

5. Плотникова Г.Г. Компетентностный подход и его реализация в работе над литературным материалом (из опыта работы над коллективным рассказом) / Г.Г. Плотникова, В.В. Синькова, В.С. Вертинская // Никоновские чтения: Электронный сборник научных статей: в 2-х томах. Под редакцией М.С. Уколовой, А.В. Никитиной, А.Ю. Николаевой. – 2016. – С. 147-152.

6. Рубб А.А. Театрализованный тематический концерт. Совершенствование организации и проведения. Конспект лекций. – Изд. третье. Перераб. и доп. – М.: АПРИКТ, 2005. – 67 с.

7. Смирнягина Т.Ю. Поэтика праздничного зрелища: традиции и новации в церемонии открытия XXII Олимпийских зимних игр в Сочи (2014) / Т.Ю. Смирнягина // Художественное образование и наука. – 2018. – № 3. – С. 117-122.

8. Товстоногов Г.А. Зеркало сцены. Кн. 1: О профессии режиссера. Сост. Ю.С. Рыбаков; предисловие К. Рудницкого. – Л.: Искусство, 1980. – 303 с.

## ОБУЧЕНИЕ АКТЕРСКОМУ МАСТЕРСТВУ КАК ОПЫТ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

Г.Г. Плотникова, Д.В. Павлов

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье описываются педагогические принципы обучения актерскому мастерству в группе дошкольного возраста. Опыт социализации личности в организованной социально-культурной среде формируется на основе принципов освоения социальных ролей, взаимодействия и работы в команде, развития коммуникативных качеств.*

***Ключевые слова:** актерское мастерство, социализация личности, педагогические принципы, социально-культурная среда.*

Последние исследования в области социологии подтверждают, что новому поколению все сложнее социализироваться. Особенность социализации подростка состоит в том, что «он включается в новую систему отношений и общения со взрослыми и сверстниками, занимая среди них новое место, выполняя новые функции» [4, с. 166]. С течением времени психологическое взросление происходит медленнее, а возраст зрелости достигается позже. Дети и подростки проявляют несамостоятельность и зависимость от помощи взрослых гораздо дольше, чем представители прошлых поколений. Технический прогресс и широкий доступ к гаджетам и выходу в Интернет тормозят социальное развитие детей. В связи с этим в наше время возрастает роль процесса социализации детей. Возникает важный вопрос выбора верной методики для решения проблемы социализации детей в социально-культурной среде.

Занятия по актерскому мастерству способны в полной мере решать проблему социализации детей и подростков по ряду причин. Такие занятия предполагают работу в коллективе, как в большом по численности, так и в маленьком. Одним из направлений развития внутри актерского мастерства является умение правильно и красиво говорить, уверенно излагать свои мысли, раскрепощенно вести себя с окружающими и активно с ними взаимодействовать. Театральная деятельность всегда активно воздействовала на формирование речевой культуры личности. Действовать словом, эмоционально передавать нюансы произносимого текста, владеть своим голосом, телом, виртуозно интонировать, передавая оттенки мысли, – эти навыки и умения воспитываются средствами театральной педагогики [6]. Нередко работа строится так, что занимающимся актерским мастерством, необходимо самостоятельно организовать творческий процесс, на практике

примеряя и осваивая различные социальные роли, что также эффективно способствует разрешению проблемы социализации детей.

Цель исследования: выявить и сформулировать принципы, при которых занятия по актерскому мастерству будут являться опытом социализации ребенка в социально-культурной среде.

Социализация – это процесс освоения жизни в обществе, достижения гармонии в отношениях с другими людьми и самим собой, реализации собственной индивидуальности. Роль разных институтов социализации на разных возрастных стадиях неодинакова. Семья, играющая роль на ранних стадиях социализации, постепенно уступает свое место школьным, трудовым коллективам, различным неформальным группам [1]. Поэтому важно понимать, каким образом будет осуществляться социализация ребенка помимо влияния родителей.

Исследуя педагогический опыт, В.И. Загвязинский определяет понятие «положительного педагогического опыта» как опыта, который позволяет опираться на традиционные подходы и получать новые, качественные результаты обучения, опережая тот уровень, который существует в мировой образовательной практике на данный момент [5]. В нашем исследовании в качестве методики реализации по формированию опыта социализации в социально-культурной среде, рассмотрим занятия по актерскому мастерству в рамках работы с группой детей пяти-, шестилетнего возраста в системе дополнительного образования. Подобные занятия имеют различные направленности обучения: от снятия психологических и эмоциональных зажимов, до взаимодействия с партнером на сцене. Однако для того, чтобы занятия по актерскому мастерству могли являться методикой социализации детей, необходимо выявить дидактические принципы, то есть руководящие идеи, требования к организации и реализации образовательного процесса. Для решения поставленных задач мы опирались на концепции:

– системно-деятельностного подхода, так как личность обнаруживает себя и проявляет в деятельности (В.П. Зинченко, Э.В. Ильенков, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, Г.П. Щедровицкий и др.) [8];

– культурно-исторического подхода, когда система образования является не только способом передачи опыта от предыдущих поколений, но и способом приращения общекультурной части общества (Л.С. Выготский, А. Дистервег, А.Р. Лурия, Ж. Пиаже) [2];

– личностноориентированного подхода, то есть возможность становления системы личностных образовательных смыслов ученика (Е.В. Бондаревская, В.В. Сериков, И.С. Якиманская) [3].

Указанные подходы реализуются в рамках гуманитарной парадигмы, где воспитать (образовать) человека значит развить в нем человеческие качества. Содержание гуманитарного знания «связано с вопросами смысла человеческого существования; оно предполагает переход от факта к смыслу, от вещи к ценности, от объяснения к пониманию» [7, с. 141].

Во-первых, во время занятий по актерскому мастерству дети должны «примерять» на себя различные социальные роли. Социальная роль – это определенная модель поведения, которая должна соответствовать ожиданиям окружающих [9]. Проба себя в различных социальных ролях – своего рода попытка представить себя внутри общества в различных ситуациях и найти свой способ взаимодействия с окружающим миром, а также свое место в нем. Таким образом, мы получаем принцип освоения социальных ролей.

Во-вторых, необходимы тренинги и упражнения, направленные на взаимодействие с другими детьми и самостоятельную работу в команде. Так, можно предложить кому-то из ребят возглавить небольшую группу и попробовать самостоятельно поставить этюд. Это отличная возможность воспитать лидерские качества и научить слаженно работать в команде, что является важной частью социализации. Таким образом, мы получаем принцип взаимодействия и работы в команде.

В-третьих, занятия по актерскому мастерству должны включать в себя упражнения по развитию речевых и коммуникативных качеств. Для успешной адаптации к жизни в обществе, ребенку очень важно научиться точно и уверенно выражать свои мысли. Быть понятым и услышанным своими сверстниками и взрослыми – это то, что необходимо каждому ребенку в процессе социализации. Таким образом, мы получаем принцип развития коммуникативных качеств.

По итогам нашего исследования мы вывели следующие принципы, при которых занятие по актерскому мастерству будут являться методикой социализации ребенка: принцип освоения социальных ролей, принцип взаимодействия и работы в команде, принцип развития коммуникативных качеств. Стоит обратить внимание на то, что хотя исследования проводились внутри детской группы, средний возраст которых пять-шесть лет, наши выводы являются актуальными и для детей старшего возраста, в том числе и подростков.

#### **Литература:**

1. Беличева С.А. Социально-педагогическая диагностика и сопровождение социализации несовершеннолетних: учебное пособие / С.А. Беличева, А.Б. Белинская. – Ростов н/Д: Издательство «Феникс», 2013. – 383 с.
2. Горлова Н.А. Педагогические ориентиры культурно-исторического подхода в современном образовании / Н.А. Горлова // Вестник МГОУ. Серия: Педагогика. – 2018. – №3. – С.37-47.
3. Гульянц С.М. Сущность личностноориентированного подхода в обучении с точки зрения современных образовательных концепций / С.М. Гульянц // Вестник ЧГПУ. – 2009. – №2. – С. 40-52.
4. Еремина Л.С. Социализированность как результат процесса социализации подростков / Л.С. Еремина, В.Н. Куровский // Вестник ТГПУ. – 2011. – №10. – С. 166-169.

5. Загвязинский В.И. Методология и методы психолого-педагогического исследования: учеб. пособие для студентов высших пед. учеб. заведений / В.И. Загвязинский, Р. Атаханов. – 2-е изд. – М.: Академия, 2005. – 208 с.

6. Плотникова Г.Г. Сценическая речь: от теории к практике: учебно-методическое пособие / Г.Г. Плотникова, А.В. Плотников. – Краснодар: КГУФКСТ, 2016. – 147 с.

7. Система профессионального образования в России: проблемы и перспективы развития: монография / Ф.А. Алимурзоев, М.Г. Алимурзоева, Г.Ю. Дмух и др.; под общ. ред. С.С. Чернова. – Книга 3. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012. – 276 с.

8. Тоистева О.С. Системно-деятельностный подход: сущностная характеристика и принципы реализации / О.С. Тоистева // Педагогическое образование в России. – 2013. – №2. С. 198-202.

9. Цечоев В.К. Обществознание: учебник / В.К. Цечоев, А.Р. Швандерова. – 2-е изд., дополн. и перераб. – Москва: Прометей, 2017. – 614 с.

## АГИТБРИГАДА В ПРАКТИКЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Г.Г. Плотникова, Г.Г. Перекрестова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар, Муниципальное казенное учреждение культуры «Городской Дом культуры имени Владимира Ивановича Безобразова», г. Тимашевск

***Аннотация.** В статье рассматриваются особенности становления и развития агитбригады как инструмента воспитания личности в свободное от работы время. В практике социально-культурной деятельности агитбригада прошла путь развития от постоянно действующих коллективов самодеятельности, работающих в клубах, до современных ярких, технически оснащенных концертных программ, не потеряв при этом огромный воспитательный и культурно-просветительный потенциал.*

***Ключевые слова:** агитбригада, социально-культурная деятельность, организация досуга, культурно-просветительная работа.*

Социально-культурная деятельность является значимой частью жизнедеятельности современного человека, а также одним из важнейших условий здорового процесса формирования личности человека. Понятие социально-культурной деятельности включает в себя организацию досуга человека и его вовлечение в социально-культурную деятельность [9]. Досуг, или свободное время, является пространством, в рамках которого происходит физическое и духовное развитие личности человека. Важно понимать, что социально-культурная деятельность – это не просто организация досуга, это особая форма организации времени, включающая в себя удовлетворение и развитие духовных и культурных потребностей как отдельной личности, так и социума в целом. Как компонент системы образования, связанный с передачей совокупности знаний, обменом социальным опытом, социально-культурная деятельность «обеспечивает их оптимальное усвоение и обуславливает формирование умений, навыков, гражданской позиции людьми в процессе их самореализации» [6, с. 153]. Поэтому актуальным является анализ таких форм воспитания личности в свободное от работы время, которые соединяли бы в себе высокое идейно-нравственное содержание и зрелищные, яркие формы выражения. Такой формой является агитбригада, включающая в себя жанровое разнообразие, оригинальные литературно-сценические формы и действенность выступлений.

Понятие «агитбригада» в сознании обывателя ассоциируется с образами из советского прошлого: студенты, «линейка», лозунги, плакаты. Однако агитбригада прошла долгий путь развития – от постоянно действующих

коллективов самодеятельности, работающих в клубах, до современных ярких, технически оснащенных концертных программ, не теряя при этом огромный воспитательный и культурно-просветительный потенциал.

Агитбригады возникли в первые годы после Октябрьской революции для обслуживания фронтов Гражданской войны. Основной целью агитационных бригад являлась пропаганда коммунистических идей. Позднее вошло в обиход понятие «агитационного театра», которое включало в себя массовые представления, изображающие события революции и Гражданской войны [4]. В таких представлениях было задействовано более сотни участников, включая как профессиональных актеров, так и обычных людей. Также появлялось много театров подражателей, основной задачей себе они ставили создание новой пролетарской культуры. После 20-х годов агитбригады получили массовое распространение на стройках, предприятиях, а также в студенческой среде. Начали формироваться театральные кружки, студии, изначально самодеятельные или полупрофессиональные. Огромный интерес к жанру агитбригады был вызван, во-первых, желанием населения стать частью нового общества, новой культуры и идеологии, во-вторых, был обусловлен тем, что агитационная бригада, по сути, объединение добровольческое, в состав которого может войти любой, даже профессионально не подготовленный человек.

Так что же представляла собой агитбригада на заре своего становления и какие трансформации с нею произошли? Суть агитбригады в убеждении и призыве. Сама форма родилась из митинга, собрания, на котором может высказаться, выразить свою точку зрения любой человек. Большую роль также играл тот факт, что сама тема высказывания была интересна зрителю. Таким образом, агитбригаду рассматривали и как форму и как жанр – синтетический, уникальный, конкретный, создаваемый сразу и теми, кто на сцене, и зрителями. Именно благодаря этим характеристикам, жанр является важной составляющей социально-культурной деятельности. Без зрительского интереса, без обостренной актуальности, агитбригада не получила бы широкого распространения. Но агитбригада – это не просто текстовое выступление на злобу дня, она существует по театральным законам. И в этом залог ее успеха, залог ее популярности, в том числе в наше время. Агитбригада создавала и создает ощущение соучастия в процессе создания сценического действия.

К концу XX века жанр агитбригады стал терять свою актуальность, форму начали считать устаревшей и невостребованной. Однако сегодня жанр агитационной бригады получает второе рождение в практике социально-культурной деятельности.

Так чем же обусловлен успех жанра агитбригады и какое будущее его ожидает? Чтобы ответить на эти вопросы, сначала необходимо понять, какими характеристиками обладает этот жанр и в какой сфере он получает свое воплощение.

В первую очередь, необходимо сказать о разносторонности жанра. Агитбригада – это и театр, и газета, и эстрада, и публицистика. Умение

сочетать в себе актуальную информацию, которую необходимо сообщить, идею, которую необходимо ненавязчиво передать зрителю и заразить ею, а также зрелищность, броскость и талантливое исполнение – вот что такое истинная агитбригада [5]. Выступление агитационной бригады может включать в себя элементы всех существующих жанров, включая театральные, эстрадные, музыкальные и многие другие. Безусловно, есть опасность превратить выступление в бессмысленные перестроения на сцене, в сопровождении бессодержательного текста. Но сама суть агитбригады в сочетании на первый взгляд не сочетаемого, в создании художественного единства, в подчинении разнохарактерных частей единой художественной задаче.

Одна из самых характерных черт жанра состоит в необходимости убеждения. Именно поэтому при создании сценария выступления агитационной бригады необходимо ответить на три вопроса: «Кто? Кому? Зачем?». Кого, какую категорию людей вы представляете, от чьего лица вы говорите? Кто вы? К кому вы обращаетесь, на кого хотите воздействовать? И самый главный вопрос: что изменится после вашего выступления в размышлениях, действиях ваших зрителей? Какое ваше выступление произведет эффект? Важно определить суть агитации, ее проблематику, и сформулировать ее в одном предложении. Однако при этом следует учесть еще один немаловажный момент – тема выступления агитационной бригады должна быть актуальна в данный момент, для конкретного зрителя.

Агитбригада не имеет созданного профессионалами специального репертуара. Коллективу агитационной бригады необходимо создавать репертуар самостоятельно, своими силами. В этом сложность, но в этом и преимущество, огромное преимущество для творчества, возможность создавать что-то новое, уникальное, что-то, чего никогда не было раньше и что вряд ли будет возможность повторить. Если готовый отдельный номер можно где-то взять, то целое выступление найти невозможно, его нужно создавать самостоятельно. Именно поэтому необходимо понимание основ драматургии и режиссуры [1].

Жанр агитбригады конкретен по своему воздействию на зрителя, и содержание агитационной бригады должно быть конкретно. В случае агитбригады лучше говорить об одном разными способами, чем о разном одним способом. Таким образом, воздействие – основная задача агитбригады – будет более ярким и более действенным.

Для соблюдения чистоты жанра агитбригады необходимо понимать, что происходящее на сцене и исполнительское мастерство должны совпадать с содержанием и настроением текста. Необходимо создать целостный образ, где оправдано каждое движение, каждое слово, где есть ощущение единства. То же самое касается оформления – костюмов и декораций.

Форма агитбригады не воплощает событие, а рассказывает о нем, ставит зрителя не в положение наблюдателя, а стимулирует его активность, заставляет принимать решение, выбирать позицию, реагировать на происходящее на

сцене, а также, в отдельных случаях, принимать непосредственное участие в происходящем.

Агитбригада – действенная форма воздействия на зрителя, в том числе и потому, что позиция, мнение, идея, которую несет агитбригада, как будто формируется в процессе выступления. Участники агитационной бригады изначально нарочито нейтральны, но в процессе выступления словно позволяют себя убедить. Это действует на зрителя с удвоенной силой, ведь прямо перед ним такие же люди, как и он, проходят путь, который он, зритель, проходит в данный момент, на сцене озвучиваются его мысли, его сомнения. Агитбригада, по своей форме и по мере воздействия на зрителя, выполняет сразу несколько функций, свойственных социально-культурной деятельности: функцию социализации личности, ценностного ориентирования, развивающую, созидательную и информационно-просветительскую.

Безусловно, в данный момент в нашей стране слово «агитбригада» вызывает вполне конкретные, но не вполне положительные ассоциации. Однако данный жанр нельзя недооценивать. В нем скрыт огромный потенциал, исходя хотя бы из того, что жанр не ограничен практически ничем. В подобном представлении можно задействовать такое количество выразительных средств, какое недопустимо в других жанрах. И при этом, объединенные целью, идеей или призывом, все эти разноплановые средства будут выглядеть органично, уместно и свежо. Аналогов агитбригады не существует, правил и норм ее существования и воплощения тоже. Агитбригада — это огромная платформа для творчества без ограничений, а также универсальный инструмент социально-культурной деятельности.

Однако необходимо иметь в виду определенные принципы, по которым жанр существует. И хотя эти принципы не ограничивают режиссера или сценариста, тем не менее важно о них помнить:

- актуальность (поднимаемая тема должна быть злободневной, затрагивать только наиболее важные стороны темы);
- соответствие содержания заявленной теме (отсутствие отступлений от заявленной теме);
- глубина раскрытия темы (качество материала, разносторонний взгляд на рассматриваемый вопрос);
- уровень исполнительского мастерства и художественного вкуса (уместное использование декораций, предметов, эффектов, качество драматургии);
- культура речи;
- сценическая культура;
- зрелищность.

Агитбригада сочетает в себе высокое идейно-нравственное содержание с необычайно яркими формами его выражения. Она близка каждому и каждому понятна, в ней все доступно, все объяснимо. Выступление агитбригады – не развлечение, это диалог со зрителями о жизни, о делах и поступках, о личном, об общественном – обо всем, что составляет жизнь человека. Это

универсальный инструмент, который способен собрать воедино многие, на первый взгляд несочетаемые вещи. Это огромная площадка для творчества в социально-культурной сфере, обладающая неограниченными возможностями.

#### **Литература:**

1. Абдуллина Э.А. Агитбригада как средство привлечения молодежи к работе с детьми / Э.А. Абдуллина, В.В. Политова / Социально-педагогические технологии работы с различными категориями детей // Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию Российского общества Януша Корчака / Под ред. Р.А. Валеевой. – 2016. – С. 6-9.

2. Дмитриев Ю.А. История русского советского драматического театра / Ю.А. Дмитриев, К.Л. Рудницкий. – М.: Просвещение, 1984. – 271 с.

3. Катыхева Д.Н. Литературный монтаж / Д.Н. Катыхева // Библиотечка «В помощь художественной самодеятельности». – 1973. – Выпуск 11. – 142 с.

4. Кашарина С.А. Агитбригада как художественный архетип советской культуры: автореф. дис. ... канд. философ. наук: 24.00.01 / Кашарина Светлана Арамовна. – Краснодар, 2009. – 23 с.

5. Лихачев К.П. Мастера острого слова / К.П. Лихачев. – М.: Профиздат, 1970. – 112 с.

6. Плотникова Г.Г. Формирование компетенций бакалавра социально-культурной сферы на основе практико-ориентированного подхода // Проблемы современного педагогического образования. – 2017. – № 57-11. – С. 150-156.

7. Розовский М.Г. Театр живой газеты / М.Г. Розовский // Библиотечка «В помощь художественной самодеятельности». – 1970. – № 24. – 44 с.

8. Соколовский Ю.Е. Слово звучит в клубе / Ю.Е. Соколовский // Библиотечка «В помощь сельскому клубному работнику». – 1973. – № 3. – 149 с.

9. Социальное проектирование в сфере культуры: методологические проблемы / [Сост. Д.Б. Дондурей]. – М.: НИИК, 1986 (1987). – 176 с.

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Т.Н. Поддубная, Д.М. Богомаз

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»,  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры,  
спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Статья раскрывает основные аспекты проектирования велосипедного тура для молодежи. Авторами предложен проект велосипедного тура для молодежи по маршруту город Краснодар – поселок Каменноостровский. Представлены актуальность его разработки, цель, подробная программа тура, схема маршрута. Разработан паспорт велосипедного маршрута город Краснодар – поселок Каменноостровский.*

***Ключевые слова:** туризм, проектирование туров, велотур, программа тура, паспорт велосипедного маршрута.*

В настоящее время велосипедный туризм становится все наиболее распространенным видом отдыха. Популярность данного туризма обусловлена тем, что велоспорт считается наиболее экологичным, здоровьесберегающим видом туризма. Он притягивает не только ощущением быстроты, свободы, но и увлекательными экскурсиями, перспективой полного отдыха на природе. Велосипедный туризм выступает средством познания природных и культурных достопримечательностей без нарушения их целостности [1, 2, 3]. В данной статье предложен проект велосипедного тура для молодежи по маршруту город Краснодар – поселок Каменноостровский. Данный тур подходит для отдыха преимущественно в теплое время года (с марта по октябрь). Ниже представлен проект данного тура.

Краткая характеристика тура, актуальность его разработки. Велосипедный туризм относят к популярным видам активного отдыха как для детей, так и для взрослых. Данный вид туризма имеет широкий спектр разновидностей – от коротких прогулок, экскурсий до сложных велосипедных путешествий, веломаршрутов и велоэкспедиций. Интерес к велосипедному туризму с каждым годом невероятно растет. Преимуществами велотуров являются относительно низкая себестоимость, возможность преодолеть за поход большие расстояния, всесезонный характер, доступ ко всем местностям, улучшение физического состояния организма (укрепление мышц ног, развитие дыхательной и сердечно-сосудистой систем). Это обстоятельство выступило главным аргументом для разработки данного тура.

Цель тура: знакомство туристов с природными и культурными достопримечательностями Краснодарского края и Республики Адыгея; формирование интереса к велосипедному туризму как перспективному направлению туризма в регионе.

Питание – завтрак в ресторане гостиницы. Обед – пикник, ужин в ближайших учреждениях посещаемых мест, а также сухой паек. Данный тур подходит для реализации в период с марта по октябрь.

По способу передвижения является автобусно-велосипедный. В тур включен трансферт из г. Краснодар до г. Апшеронск, из пос. Каменноостский до г. Краснодар на арендованном автобусе.

Психологический портрет клиента. Программа тура рассчитана на возрастную группу от 18 до 35 лет со средним и выше среднего уровнем дохода, как семейных, так и индивидуальных потребителей, предпочитающих активный, насыщенный отдых, людей, интересующихся познавательным туризмом, велопрогулками и спортом.

Подробная программа тура. Тур сформирован таким образом, чтобы за максимально короткие сроки туристы могли посетить наиболее интересные достопримечательности Краснодарского края и Республики Адыгея. Программа тура рассчитана на 4 дня и 3 ночи (таблица 1).

Таблица 1 – Программа велосипедного тура по маршруту город Краснодар – поселок Каменноостский

<b>Дни</b>	<b>Содержание мероприятия</b>
<p>1-й день (г. Краснодар – г. Апшеронск – Гуамское ущелье)</p>	<p>8.00 Сбор группы у главного входа в ТЦ Мега Адыгея-Кубань. Инструктаж по технике безопасности. Посадка в автобус. 10.30 Прибытие в г. Апшеронск 11.00 Начало велопохода: выезд из г. Апшеронск в Гуамское ущелье. Обед в пути – пикник. 14.30 Прибытие в Гуамское ущелье. Размещение в отеле. 14.30-16.00 Отдых. 16.00-19.00 Осмотр достопримечательностей на велосипеде. 19.00 Ужин (по желанию). 20.00 Свободное время. 22.00 Отбой</p>
<p>2-й день (Гуамское ущелье – пос. Каменноостский)</p>	<p>8.00-9.00 Завтрак. 9.00-10.00 Подготовка к велопоходу. 10.00 Начало велопохода: выезд из Гуамского ущелья в пос. Каменноостский. Обед в пути – пикник. 15.00 Прибытие в пос. Каменноостский. Размещение в Гостевой дом «На лесной». 15.00-16.00 Отдых. 16.00-19.00 Осмотр достопримечательностей на велосипеде (Хаджохская теснина, Ущелье Мишоко, Экстрим-парк «Мишоко»). Джипинг, конные прогулки (по желанию). 19.00 Ужин (по желанию). 20.00 Свободное время. 22.00 Отбой</p>
<p>3-й день (пос. Каменноостский – ст. Даховская –</p>	<p>8.00-9.00 Завтрак. 9.00-10.00 Подготовка к велопоходу. 10.00 Начало велопохода: выезд из пос. Каменноостский в РГК «Даховская Слобода». Посещение водопадов Руфабго, Казачьего камня.</p>

<b>Дни</b>	<b>Содержание мероприятия</b>
пос. Каменноостский – г. Краснодар)	14.00 Прибытие в РГК «Даховская Слобода». Обед – пикник (ресторан (по желанию)). Рафтинг, сплав по р. Белая (по желанию). 15.00 – 16.00 Возвращение в пос. Каменноостский. 16.00-17.00 Свободное время. 17.00 Отъезд в г. Краснодар.

Схема маршрута:

1-й день: г. Краснодар – г. Апшеронск – Гуамское ущелье. Часть маршрута г. Краснодар – г. Апшеронск осуществляется на микроавтобусе «Мерседес Спринтер Люкс». Расстояние 113 км. Время в пути 1 час 50 мин. От г. Апшеронск начинается велопоход в Гуамское ущелье. Расстояние 45 км. Время в пути 3 ч. 30 мин.

2-й день: Гуамское ущелье – пос. Каменноостский. Расстояние 38 км. Время в пути 4 часа (с учетом отдыха и пикника).

3-й день: пос. Каменноостский – ст. Даховская. Расстояние 9 км. Время в пути 4 часа (с учетом посещения водопадов Руфабго, Казачьего камня, пикника). Возвращение пос. Каменноостский. Расстояние 9 км. Время в пути 1 час. Возвращение в г. Краснодар (на автобусе).

Паспорт велосипедного маршрута город Краснодар – поселок Каменноостский. Программа обслуживания велотуристов по маршруту город Краснодар – поселок Каменноостский представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Программа обслуживания велотуристов по маршруту город Краснодар – поселок Каменноостский

<b>Населенные пункты, способы передвижения</b>	<b>Наименование туристских предприятий и условия размещения</b>	<b>Запланированные туристские услуги</b>	<b>Внутри-маршрутные перевозки</b>
г. Краснодар – г. Апшеронск (автобусный)	-	Путевая информация по Апшеронску.	Микроавтобус « <a href="#">Mercedes Vito</a> »
Прибытие в г. Апшеронск	-	Начало велопохода: выезд из г. Апшеронск в Гуамское ущелье. Обед в пути – пикник.	Микроавтобус « <a href="#">Mercedes Vito</a> »
г. Апшеронск – Гуамское ущелье (велосипедный)	Размещение в 2-местных номерах со всеми удобствами в отеле	Обзор достопримечательностей. Ужин (по желанию).	-
Гуамское ущелье - пос. Каменноостский	Размещение в 4-местных номерах со	Начало велопохода: выезд из Гуамского ущелья в пос. Каменноостский. Осмотр	-

	всеми удобствами в отеле	достопримечательностей (Хаджохская теснина, Ущелье Мишоко, Экстрим-парк «Мишоко»). Обед в пути – пикник. Ужин (по желанию).	
пос. Каменноостский - ст. Даховская	Размещение в 3-местных номерах со всеми удобствами в отеле	Начало велопохода: выезд из пос. Каменноостский в РГК «Даховская Слобода». Посещение водопадов Руфабго, Казачьего камня. Обед – пикник (ресторан (по желанию)). Рафтинг, сплав по р. Белая (по желанию). Возвращение в пос. Каменноостский.	-
Отбытие из пос. Каменноостский в г. Краснодар	-	-	Микроавтобус «Mercedes Vito»

1) Срок путевки. Срок действия путевки – 3дня/2 ночи. Конкретные сроки путевки указываются в подтвержденной партнером заявке на бронирование.

2) Бронирование (сроки, содержание, отказ, подтверждение заявки). Срок бронирования: не позднее 20 дней до начала тура. Содержание: заявка направляется по факсу или электронной почте с указанием наименования маршрута, сроков путевки, фамилии и имени туриста, номера и даты выдачи паспорта. Отказ от бронирования: отправляется по факсу или электронной почте не позднее 7 дня до начала тура. Подтверждение заявки: заявка считается подтвержденной при наличии отметки туристской фирмы о бронировании на заявке.

3) Размещение. В первый день туристы размещаются в гостинице Гостевой дом «Теремок» (тип гостиницы: без звезд). Гостиница расположена в х. Гуамка. В гостинице 6 современных номеров, во всех номерах есть телевизор со спутниковыми каналами, ванная комната, холодильник. В гостевом доме работает ресторан, есть бесплатная парковка. Во второй день туристы размещаются в гостинице Гостевой дом «На лесной» (тип гостиницы: без звезд). Гостиница расположена в пос. Каменноостский. К услугам гостей круглосуточная стойка регистрации, терраса, бесплатная парковка. Гостям предоставляется трансфер от/до аэропорта и прокат лыжного снаряжения. Номера располагают телевизором с плоским экраном и кабельными каналами, чайником, душем, письменным столом и бесплатными туалетно-косметическими принадлежностями. Все номера оснащены микроволновой печью. В окрестностях популярны различные виды активного отдыха, в том числе лыжный спорт, рыбная ловля и пешие походы.

4) Питание. В стоимость путевки включен завтрак в гостинице. Обед в пути – пикник. Ужин (по желанию). Ужин туристы сами выбирают в местах

отдыха или посещения достопримечательностей, а также в ресторане гостиницы.

5) Экскурсионная программа (не предусмотрена).

6) Порядок и сроки оплаты путевки туристом. Срок оплаты путевки – не позднее 7 дня до начала велотура по договору туристского обслуживания (путевка). Оплата осуществляется в рублях.

7) Особые условия. Условия оказания туруслуг могут быть изменены туристской фирмой с обязательным информированием туриста по факсу или электронной почте.

Таким образом, предложенный проект велосипедного тура сочетает максимальное посещение достопримечательных мест Краснодарского края и Республики Адыгея за короткий период.

#### **Литература:**

1. Велосипедный туризм: [Электронный ресурс] URL <http://www.motovelosport.ru/articles> (дата обращения 13.05.2019).

2. Велосипедный туризм: [Электронный ресурс] URL <http://pandia.ru> (дата обращения 30.04.2019).

3. Региональные особенности развития туризма в Краснодарском крае: коллективная монография / Под общ. ред. В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – 290 с.

4. Самсоненко Т.А. Ресурсный потенциал как фактор развития туризма в регионах (на примере Апшеронского района Краснодарского края) / Т.А. Самсоненко, А.А. Юрченко // Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сочинский государственный университет. – 2015. – С. 39-41.

## К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Т.Н. Поддубная, Е.Л. Заднепровская, Е.В. Ползикова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»,  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры,  
спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Авторами предложена технология разработки фонда оценочных средств на примере дисциплины «Туристско-рекреационные ресурсы Северного Кавказа» по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм». Статья раскрывает основные аспекты разработки фонда оценочных средств по дисциплине. Приведены примеры содержания структурных компонентов фонда оценочных средств. Разработаны критерии оценки сформированности образовательных результатов обучающихся.*

***Ключевые слова:** качество образования, фонд оценочных средств, эффективность профессиональной деятельности выпускников, контрольно-методические материалы.*

Главным признаком реализации программ профессиональной подготовки выпускников в контексте Европейского образовательного стандарта считается ответственность образовательных организаций за качество учебно-воспитательного процесса, ориентированного на компетентностную парадигму современного образования. Компетентность сегодня рассматривается как некий психологический критерий непрерывного образования, формирования заданного федеральными государственными стандартами набора соответствующих знаний, умений и навыков, как форма профессиональной деятельности и ее результат [1, 2].

Вопросы разработки путей повышения качества образования являются предметом педагогического дискурса современной отечественной педагогической науки и практики. Большинство ученых и практиков качество образования рассматривают с позиций эффективности будущей профессиональной деятельности выпускников. Иначе говоря, качество образования ориентировано на обеспечение необходимого уровня подготовки обучающихся, способных к продуктивной профессиональной деятельности, владеющих профессиональными технологиями, умеющими применять полученные знания с целью решения узких профессиональных задач.

Необходимо иметь в виду, что особенностью федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) третьего поколения является направленность на конечный результат образования, сформированность компетентности выпускника. Поэтому содержание дисциплины, используемые педагогические технологии ее

преподавания, оценка качества профессиональной подготовки обучающихся необходимо разрабатывать с целевой установкой на формирование и достижение заявленного результата обучения. Оценивание должно включать постоянный мониторинг соответствия между планируемыми и достигнутыми результатами обучения. Это говорит о том, что акцент образовательного процесса должен быть перенесен на оценочно-контрольную составляющую, позволяющую систематически мониторить процесс обучения. Начальный этап проектирования дисциплины должен сопровождаться четким пониманием выбора адекватных способов и средств оценки результатов обучения, что выступает подтверждением достижения цели образовательных программ по соответствующему направлению подготовки [1, 2, 3, 4].

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие результатов обучения необходимым компонентом реализации ФГОС ВО выступает разработка фонда оценочных средств (ФОС) по дисциплине. ФОС – это составная часть нормативно-методического обеспечения, результат освоения ООП. Он представляет совокупность контрольно-методических материалов, ориентированных на системную процедуру оценки результатов обучения.

Содержание фонда оценочных средств – показатель образовательного потенциала вуза, своеобразная визитная карточка его подразделений, кафедры, реализующей образовательный процесс по соответствующему направлению. Оценка эффективности ФОС дается на основе обобщенных критериев – производительности, экономичности, адаптивности, дидактичности, оперативности, надежности.

В соответствии с Положением о фонде оценочных средств, утвержденным ученым советом ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма» 05.07.2018 г., ФОС включает две основные составляющие:

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Фонд оценочных средств дисциплины.

<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Этапы формирования (семестр(ы))</b>	<b>Контролируемые разделы (темы) дисциплины</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
ОК-1: способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	5 семестр (очная форма обучения), 6 семестр (заочная форма обучения)	Раздел 1 (темы 1-2)	Устный опрос, индивидуальное задание, собеседование, тест.

Рассмотрим пример содержания ФОС на примере дисциплины «Туристско-рекреационные ресурсы Северного Кавказа» по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

Раздел 1. Паспорт фонда оценочных средств» включает два подраздела:

1.1 Область применения, где указаны цель ФОС, его состав.

1.2 Контролируемые компетенции, этапы их формирования и оценочные средства, которые представлены в табличном виде следующим образом:

Раздел 2. Фонд оценочных средств дисциплины «Туристско-рекреационные ресурсы Северного Кавказа» содержит непосредственно набор контролируемых материалов и средства оценки. Включает два подраздела.

2.1 Материалы текущего контроля для оценки формирования компетенций. В этом подразделе отражены все контрольно-измерительные материалы, которые преподаватель использует в процессе реализации своей дисциплины. Например, устный опрос. Контролируемая компетенция: ОК-1

Раздел 1 (тема 1)

Вопросы по теме:

1. Понятие, виды и особенности рекреационных ресурсов.
2. Общие характеристики рекреационных ресурсов.
3. Методологические подходы к оценке рекреационных ресурсов.
4. Общие проблемы рекреационного природопользования.

Индивидуальные задания. Контролируемая компетенция: ОК-1

Раздел 1 (тема 1)

Задание 1. В рабочую тетрадь выпишите ключевые термины по изучаемой дисциплине: ресурсы...

Собеседование. Контролируемая компетенция: ОК-1

Раздел 1 (тема 1)

Вопросы:

1. Понятие и особенности рекреационных ресурсов.
2. Ландшафтные рекреационные ресурсы.
3. Характеристика рекреационных ресурсов с экономической точки зрения.

Реферат. Контролируемые компетенции: ОК-4, ПК-6

Раздел 2 (тема 3)

1. Кавказский биосферный заповедник.
2. Заповедник Большой Утриш.
3. Памятники природы Северного Кавказа.
4. Сочинский национальный парк.

Каждый вид оценки сопровождается критериями оценки сформированности компетенций по уровням. Такая оценка дается для каждой компетенции. Например, реферат оценивается по следующей системе градации (компетенция ПК-6):

– оценка «отлично» (высокий уровень) выставляется обучающемуся, если: **знает** на высоком уровне способы поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного

потенциала рекреационных районов Северного Кавказа для подготовки реферата; **умеет** анализировать, обрабатывать научно-техническую информацию в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа для подготовки реферата; **владеет** в полной мере навыками поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа.

– оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется обучающемуся, если: **знает** способы поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа для подготовки реферата, но допускает некоторые неточности при раскрытии темы; **умеет** анализировать, обрабатывать научно-техническую информацию в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа при подготовке реферата, соблюдает требования к реферату и его защите с незначительными недочетами (в изложении материала, объеме и оформлении и пр.), дает правильные ответы на вопросы, допуская 1-2 ошибки; **владеет** навыками поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа с незначительными ошибками.

– оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется обучающемуся, если: **знает** с затруднениями способы поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа для подготовки реферата; **умеет** анализировать, обрабатывать научно-техническую информацию в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа для подготовки реферата, допуская существенные отступления от требований к реферированию (тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата, при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод); **владеет** навыками поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа с существенными затруднениями.

– оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется обучающемуся, если: не **знает** способы поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа для подготовки реферата, требования к оформлению и защите реферата; **умеет** анализировать, обрабатывать научно-техническую информацию в области развития туристско-рекреационного потенциала рекреационных районов Северного Кавказа для подготовки реферата с существенными ошибками, обнаруживая непонимание проблемы; не **владеет** навыками поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области развития туристско-рекреационного

потенциала рекреационных районов Северного Кавказа или допускает серьезные пробелы при подготовке реферата.

2.2. Контрольные задания для проведения промежуточной аттестации.

Здесь содержатся требования к зачету.

Важная часть ФОС – Приложение, где содержится комплект тестовых заданий по уровням формирования компетенций: пороговому, продвинутому, высокому. Каждый уровень сопровождается вопросами теста по трем категориям «знать», «уметь», «владеть».

Следовательно, фонды оценочных средств ориентированы на решение важнейших образовательных проблем: управление образовательным процессом; достижение целей образовательных программ в форме набора компетенций обучающихся; достижение такого уровня контроля и управления качеством образования, который может обеспечить признание квалификаций выпускников российскими и зарубежными работодателями.

#### **Литература:**

1. Вдовина С.А. Разработка фонда оценочных средств в условиях реализации федеральных государственных образовательных стандартов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2013. – № 3 (март). – С. 96-100. – URL: <http://e-koncept.ru/2013/13064.htm> (дата обращения 13.05.2019).

2. Поддубная Т.Н. Компетентностный подход как методологический детерминант подготовки бакалавров социальной работы // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2014. – № 2. – С. 57-60.

3. Шпырня О.В. Аналитический обзор федерального государственного образовательного стандарта высшего образования 3++ по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2017. – № 4. – С. 68-73.

4. Шпырня О.В. Андрейко М.Н. Проблемы внедрения федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования 3++ в индустрии туризма и гостеприимства / О.В. Шпырня, М.Н. Андрейко // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2018. – № 3. – С. 105-110.

## АРТ-ТУРИЗМ: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ

Т.Н. Поддубная, П.С. Клищевич

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»,  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры,  
спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Актуальность данной темы заключается в том, что создание нового туристского продукта расширит область деятельности туристских компаний региона. Арт-тур по арт-местам Краснодарского края и Республики Адыгея может быть популярен на современном отечественном рынке туруслуг, также он может внести разнообразие в оказываемый диапазон туристских услуг данного региона, придать неповторимость предлагаемому продукту и повысить уровень конкурентоспособности туристических фирм.*

***Ключевые слова:** туризм, арт-туризм, культура, культурный туризм, внутренний туризм, Краснодарский край, туристический потенциал.*

В настоящее время туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей. Одной из ключевых тенденций является развитие новых уникальных видов туризма. В данной статье мы рассмотрим одно из новых направлений культурного туризма – арт-туризм.

Может показаться, что арт-туризм был постоянно. Издавна монументы, музеи, преимущественно различного рода интересные места, являлись предлогом для путешествий. В современный период увеличение креативных и творческих возможностей человека в окружении единомышленников способно стать значимым аспектом в формировании культурной жизни региона.

Культура – это совокупность наилучших достижений человека, которые способствуют его духовному росту и преображению. Таким образом, культурная жизнь представляет собой весь комплекс культурных событий, которые сохраняют, передают и транслируют нам культуру через культурную деятельность. А культурная деятельность, в свою очередь, подразумевает тщательную работу по приобщению человека к культуре через традиции, праздники, результаты творческого труда, через нашу культурную память [1].

Интерес к искусству всегда пользовался популярностью и остается актуальным и важным на нынешнем этапе, в том числе и в Российской Федерации. По этой причине в туризме появляется отдельное направление – познавательный, или, наиболее известное наименование, культурный туризм. Культурный туризм – это особый вид путешествий, который включает в себя два направления:

1. Художественно-музейный туризм.
2. Арт-туризм.

В отличие от оздоровительных или развлекательных поездок, он подразумевает исключительно культурно-познавательные цели – ознакомление с античными историческими монументами, достопримечательностями, посещение фестивалей и иных событий, связанных с различными видами искусства. Художественно-музейный туризм является классическим видом путешествий, позволяющим получить новые эмоции, знания, завести новые интересные знакомства. Арт-туризм, напротив, относительно новый вид поездок, впрочем, в последнее время он очень быстро набирает популярность.

Остановимся более подробно на понятии арт-туризма. Арт-туризм – это один из видов туристической деятельности, посредством которого потребителю (туристу), с определенной точки зрения, интересны места с целью получения новых чувственных ощущений с дальнейшим их воспроизведением через какой-либо вид искусства [2].

Не исключено, что на сегодняшний день это самое популярное и самое динамично развивающееся направление мирового туризма. Речь идет о поездках на биеннале, арт-смотры, кинофестивали, показы одежды от ведущих модельных домов и кутюрье. В отличие от обыкновенной экскурсии, арт-туризм это очень колоритное, яркое и всегда запоминающееся путешествие. Поездка на зарубежный матч национальной сборной или рок-концерт знаменитой группы навек остается в памяти благодаря сильной эмоциональной и психологической составляющей события. На показах модной одежды возможно не только увидеть ее современные образцы и эталоны, но и приобрести некоторые из них для коллекции. Зачастую арт-туризм совмещается с традиционным осмотром местных достопримечательностей, походами по музеям и выставкам, собственно, что и делает такой вид поездок еще более привлекательным. [3]

Выделяют пять основных объектов арт-туризма:

1. Карнавал.
2. Фестиваль.
3. Пленэр.
4. Показ мод.
5. Биеннале.

Карнавал – это праздник, связанный с переодеваниями, маскарадами и красочными шествиями. В России к карнавалу можно отнести такие события, как Рождественские гуляния и Масленицу [4]

Фестиваль – массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства.

Пленэр (от фр. «на открытом воздухе») – термин, обозначающий передачу в картине всего богатства изменений цвета, обусловленных воздействием солнечного света и окружающей атмосферы.

Показ мод – это уникальное феерическое действие. Это показ коллекций одежды красивыми моделями (мужскими, женскими или детскими) под изящную, подобающую данной коллекции музыку. Это мероприятие в социальной жизни, определенный период развития и становления компаний,

модельеров и дизайнеров, работающих в индустрии моды. Показ мод может быть проведен как самостоятельно, так и в рамках другого, более масштабного события.

Биеннале (лат. *bis* «дважды» + *annuus* «год») – художественная выставка, фестиваль или творческий конкурс, проходящие раз в два года [5].

Краснодарский край по праву считается одним из самых знаменитых курортов России. Основным богатством Краснодарского края являются его 18 курортно-рекреационных территорий, которые расположены на побережьях Азовского и Черного моря в городах-курортах федерального значения – Сочи, Геленджик, Анапа, Туапсе и других городах. Ежедневная вместимость курортов Краснодарского края в пик летнего сезона достигает 450-480 тысяч мест.

Курортно-рекреационный комплекс считается одним из элементов экономического потенциала Краснодарского края. На протяжении нескольких десятков лет одним из наиболее важных и приоритетных направлений в комплексном финансовом развитии Краснодарского края был и остается туризм, деятельно развивающийся на побережье Черного моря и Азовского моря, а также в горных и степных районах края. Краснодарский край по масштабам сравним с большим европейским государством. Уникальные природные ресурсы, богатейшие залежи полезных ископаемых, крупнейший в Европе Азово-Кубанский бассейн подземных термальных и минеральных вод, лесные массивы, значные сельскохозяйственные угодья, индустриальный и аграрный потенциал, морские порты, развитая сеть железных и автодорог создают необходимые условия для выгодного вложения инвестиций в экономику края. Благоприятные природно-климатические условия, развитая инфраструктура, проведение важных экономических, спортивных и культурных мероприятий также нацелены на активное развитие в крае различных видов туризма: от традиционного и самого востребованного пляжно-рекреационного и лечебно-оздоровительного до горнолыжного и культурно-познавательного. Центральную роль в сфере туризма играют курорты федерального значения – Сочи, Геленджик и Анапа, курорты краевого значения – Ейск, Горячий Ключ и Туапсинский район.

Кроме того, известные туристские центры расположены в Темрюкском, Абинском, Апшеронском, Славянском, Мостовском, Геленджикском Лабинском, Армавирском районах, окрестностях города Новороссийска - так называемые «жемчужинки» Кубани. Рассмотрим популярные направления арт-туризма в Краснодарском крае.

Наибольшее число интересных событий проходит ближе к побережью Черного моря. Пейзажи территории, а также хорошие погодные условия дают возможность проводить разнообразные фестивали и показы. Потрясающие виды, сочетание богатых природных условий делает Краснодарский край одним из лучших мест в России для привлечения изысканной аудитории.

Самыми богатыми и наиболее интересными, с целью привлечения путешественников за творческим развитием, а также получением новых ярких эмоций, можно выделить такие направления, как [6]:

1. Тамань.
2. Геленджикский район.
3. Город-курорт Горячий Ключ.
4. Сочинский район.

К сожалению, арт-туризм в нашем регионе на данный момент не имеет популярности и востребованности. Туроператоры отправляют арт-туристов посмотреть карнавал в Бразилии или биеннале в Венеции. Желающим отправиться на пленэр по живописным уголкам Краснодарского края придется потрудиться в поисках организаторов таких мероприятий. Великолепная Тамань чаще рассматривается как увлекательная экскурсия, нежели как отдельный пакет туристических услуг для изысканного покупателя. Как нам представляется, изменить существующее положение может обширная всероссийская реклама арт-объектов Краснодарского края, улучшение сервиса и предоставляемых услуг на территории арт-объектов, разработка привлекательных и действительно интересных турпакетов. И, самое главное, государственная поддержка молодого, модного и популярного направления - арт-туризма.

#### **Литература:**

1. Федеральный закон № 26-ФЗ от 23.02.1995 «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах».
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2002.
3. Боголюбова С.А. Планирование и развитие туризма: учебник. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 275 с.
4. Туризм как способ взаимодействия культур: [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... канд. культурологии. – Краснодар, [2009]с. URL: локальная сеть СОУНБ им. Белинского, зал ЭИ.
5. Левин С.В. Организация и планирование санаторно-курортного лечения: учеб. пособие. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 168 с.
6. Кусков А.С. Основы туризма: учебник. – М.: Кнорус, 2010. – 403 с.
7. Самсоненко Т.А. Культурный туризм как фактор сохранения объектов культурного наследия региона / Т.А. Самсоненко, В.О. Немцова // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2017. – Т. 1. – С. 273-277.

**ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ И ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В МБУ ДО «ДЕТСКО-ЮНОШЕСКАЯ СПОРТИВНАЯ ШКОЛА СТАНИЦЫ ВЫСЕЛКИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЫСЕЛКОВСКИЙ РАЙОН»**

**Т.Н. Поддубная, С.С. Третьяков**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»,  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры,  
спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье проведен анализ опыта организации туристской и военно-патриотической работы в спортивной школе. Раскрыт потенциал туристской деятельности как средства военно-патриотического воспитания молодежи спортивной школы. Авторами определены главные формы организации туристской и военно-патриотической работы в спортивной школе.*

***Ключевые слова:** туристская деятельность, туристские мероприятия, спортивная школа, военно-патриотическое воспитание.*

Патриотическое воспитание в современных условиях приобретает особую актуальность и значимость. Патриотизм является одной из важнейших составляющих общенациональной идеи Российского государства. Сегодня можно констатировать существенные недостатки в патриотическом воспитании школьников – в большинстве общеобразовательных школ слабо организована военно-патриотическая работа с учащимися старших классов и недостаточно используются средства физической культуры и спорта с целью воспитания патриотизма, развития физических, нравственно-волевых качеств и формирования военно-прикладных навыков, необходимых для службы в армии. Данная статья посвящена анализу опыта организации туристской и военно-патриотической работы в спортивной школе.

Анализ опыта организации туристской деятельности в Детско-юношеской спортивной школе станицы Выселки показал, что в той или иной степени данный вид деятельности реализуется на базе учреждения дополнительного образования. Ежегодно детско-юношеская спортивная школа принимает участие в военно-спортивной игре «Зарница» совместно с командами-победителями других муниципальных образований Краснодарского края. В 2018 году команда МБУ ДО ДЮСШ ст. Выселки стала призером, заняв 3-е место в финальном этапе.

В этом же году воспитанники спортивной школы стали призерами районных туристских соревнований на сборах для допризывной молодежи, заняв 3-е место среди 39 команд. Общие результаты военно-патриотической работы МБУ ДО ДЮСШ ст. Выселки в 2017-2018 учебном году [1]:

- 1-е место на муниципальном этапе легкоатлетического кросса среди допризывной молодежи на 3 км;
- 1-е место на муниципальном этапе туристского слета ВПК и ВПО «К защите Родины готов»;
- 1-е место на муниципальном этапе краевых соревнований по стрельбе из пневматической винтовки среди допризывной молодежи;
- 1-е место на муниципальном этапе краевых соревнований по гиревому спорту среди допризывной молодежи;
- 1-е место на муниципальном этапе «Смотра строя и песни МО Выселковский район»;
- 1-е место на муниципальном этапе соревнований военно-прикладной направленности «Готов служить России»;
- 1-е место на муниципальном этапе Спартакиады допризывной молодежи Краснодарского края;
- 2-е место на зональном этапе Спартакиады допризывной молодежи Краснодарского края (ст. Куцевская);
- 2-е место в общекомандном зачете на региональном этапе Спартакиады допризывной молодежи Краснодарского края и др.

В октябре 2017 года в станице Куцевская прошел финальный этап краевого слета военно-патриотического клубов и объединений «К защите Родины готов», посвященный памяти Героя России Г.Н.Трошева. Команда МБУ ДО ДЮСШ ст. Выселки принимала участие в финале и стала победителем муниципального этапа и призером зонального этапа соревнований.

Обучающиеся МБУ ДО ДЮСШ ст. Выселки принимают участие в соревнованиях по таким видам, как «Спортивное ориентирование», «Тропами родного края», «Готовься в поход», «Пешеходный туризм», «Лабиринт», что способствует развитию мотивации к тренировочному процессу, заставляет ребят работать над собой, над собственным развитием. Только соревнования дают ребятам ощутить «вкус победы», а значит, испытать радость от занятий.

Под руководством педагогов МБУ ДО ДЮСШ ст. Выселки при участии родителей воспитанники неоднократно выходили в однодневные походы в Выселковском районе. Это район реки Бейсуг, реки Бейсужок у пос. Крупская, реки Рыбная у пос. Отважный, реки Бузинка в Выселковском районе Краснодарского края в месте впадения Бузинки в реку Бейсуг. Целью походов было знакомство с природой Выселковского района, экологическая работа, сплочение команды и конечно оздоровление и отдых на свежем воздухе. Но самая главная цель – это выработка такого физического качества, как выносливость.

В летний период основным видом деятельности является участие в работе передвижного палаточного лагеря. Мероприятия:

- соревнования по технике пешеходного туризма. Цель: научить преодолевать различные препятствия во время проведения многодневного похода, развитие физических качеств. Соревнования включали виды: вязка узлов, преодоление условного болота по кочкам и жердям, с помощью ходулей и шеста, хождение по висячему мосту, качающемуся бревну, по канату, преодоление

параллельной и навесной переправы, траверс, преодоление препятствия – «стремя»;

- соревнования по вязке узлов на скорость;

- с целью изучения основ оказания первой доврачебной помощи проводятся консультации, практические занятия по поиску, транспортировке и перевязке пострадавшего;

- изучаются инструкции по технике безопасности при работе с режущими, колющими инструментами, приготовлении пищи на костре, при пожаре, поведения на воде, в населенном пункте;

- правила проводятся тренировки и соревнования по «Школе выживания».

Цель: обучение способам выживания в экстремальных ситуациях. Виды: обеспечение водой в экстремальных ситуациях, построение укрытий, виды костров, подача сигналов SOS, определение сторон горизонта по местным признакам, аварийное ориентирование, определение признаков плохой и хорошей погоды, кипячение воды, определение пищевых растений и съедобных грибов, распознавание продуктов питания;

- экологический десант по расчистке природных территорий. Цель: воспитание у подрастающего поколения новых ценностных ориентаций, стимулирующих уважительное отношение и заботу о собственном месте проживания.

В целом туристская и военно-патриотическая работа в МБУ ДО «Детско-юношеская спортивная школа станицы Выселки муниципального образования Выселковский район» носит системный характер, учреждение дополнительного образования является ресурсным центром туристской и военно-патриотической работы в регионе.

Таким образом, осуществленный нами анализ организации туристской и военно-патриотической работы в МБУ ДО МБУ ДО «Детско-юношеская спортивная школа станицы Выселки муниципального образования Выселковский район» позволил выявить главные формы ее организации: соревнования разного уровня на открытом пространстве, выездные мероприятия (турслеты), работа передвижного палаточного лагеря, привлечение местного казачества. Все мероприятия направлены на воспитание у подрастающего поколения новых ценностных ориентаций, стимулирующих уважительное отношение и заботу к Родине, своему народу, развитие физических качеств, командного духа, что в совокупности способствует развитию мотивации к тренировочному процессу, заставляет спортсменов работать над собой, над собственным развитием.

#### **Литература:**

1. МБОУ ДОД ДЮСШ станицы Выселки. Официальный сайт: [Электронный документ] URL: <https://minobr.krasnodar.ru/schools/mbou-dod-dussh-stanicy-vyselki-o/?type=special> (дата обращения 28.04.2019).

2. Проблемы развития туризма для детей школьного возраста в Краснодарском крае / И.О. Олейников, Т.А. Самсоненко // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – 2018. – С. 231-232.

## ИСТОРИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Ю.Б. Рагер, А.А. Юрченко

СКФ «Российский государственный университет правосудия», г. Краснодар  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической  
культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В данной статье рассмотрены условия и характер формирования современного информационного пространства. Сделан акцент на информационной борьбе как одном из главных средств активного противодействия ведущих стран мира. Не случайно, что эти методы и приемы родились и активно начали использоваться ведущими странами Западной Европы и США.*

***Ключевые слова:** информационное пространство, «информационная война», «идеологическое оружие», «империя зла», «превентивная война», «крестовый поход».*

В сегодняшнем мире одним из самых распространенных символов эпохи является «информационная война». Это уже не футуристический прогноз и не дань увлечению научной фантастикой, а самая что ни на есть реальность. Причем в этой реальности наша страна и общество активный участник [4].

В традициях нашей истории мы вновь вынуждены вести неравную борьбу с захватчиками. Но теперь на «информационном фронте». И пока приходится констатировать, что сражения почти 30 лет идут не в нашу пользу. Именно столько лет нам оказалось необходимо, чтобы понять одну очень важную вещь. Эта война основана не на противостоянии идеологий, не на различиях в уровне развития и не на субъективном восприятии отдельных групп русофобствующих западных политиков. Россия всегда была есть и будет цивилизационным конкурентом Запада, который будет доволен только одним исходом – ее разрушением и гибелью. И совершенно не важно, в каком виде наша страна предстает в ретроспективе истории – Российской империей, СССР или Российской Федерацией [3, 4].

Можно ругать советский строй вполне заслуженно за многое, но наличие так называемого «идеологического оружия» в борьбе за умы и души людей до определенного периода было эффективным средством на «информационных фронтах». Оружие это было радостно и с воодушевлением ликвидировано в свое время. Но «информационная война» никуда не делась. Она продолжается с новой силой и удвоенной энергией. Так получается, что в этой на данное время главной войне за Россию, за души россиян, иного оружия пока не создано. В этом кроется причина наших поражений и неудач последних десятилетий [6].

«Информационная война» оказалась наиболее разрушительной для нашей страны. Особенно ярко это можно видеть по событиям последней четверти 20 и начала 21 веков. Без военных операций наш государственный, политический, идейно-духовный строй оказались существенно ослаблены и в чем-то даже разрушены. И наша страна продолжает испытывать новые удары, которые продолжают нам наносить, окружая поясом враждебных государств-лимитрофов, пытаясь при каждом удобном случае ослабить, «опустить» не только экономически, но и духовно. От «потемкинских деревень» 18 века до «Империи Зла» начала 80-х годов 20 века – меняются технические возможности, сюжеты, но негативный вектор направленности информации почти не меняется [7].

Эпоха господства глобальных информационных технологий дает возможность воздействовать на технические средства государственного и военного управления, а также на общественное сознание через информационное пространство. Объектом такого воздействия являются, соответственно, система государственного и военного управления (техническая составляющая) и духовная сфера российского общества [5].

Одним из наиболее распространенных элементов современной информационно-идеологической войны против России является, как ни странно, открытая и откровенная ложь. Особенно ложь официально провозглашенная.

Подобное явление не является чем-то новым. Можно вспомнить ироничное изречение Станислава Ежи Леца: «Если из истории убрать всю ложь, то это совсем не значит, что останется одна только правда - в результате может вообще ничего не остаться» [2]. Обмену информацией и ее широкому распространению всегда сопутствовала ложь и диффамация. Влияние и последствия их воздействия зависели напрямую от технических возможностей ее распространения и от охвата аудитории. От передачи в устной, былинной форме, до изобретения книгопечатания и революции СМИ. Качественные возможности нанести урон противнику с изобретением сотовой связи и Интернета и созданием социальных сетей стали просто огромны. Теперь уже не нужны атомные бомбы. Достаточно «информационной бомбы», чтобы нанести сопоставимые потери. Ярким примером такой «информационной бомбы» замедленного действия явилось информационное сообщение 77-летней давности, опубликованное журналистами нейтральных государств о встрече поздним вечером (фактически ночью) 21 июня 1941 года с министром иностранных дел фашистской Германии И. фон Риббентропом. На ней он сообщил о нападении Германии на Советский Союз. При этом для оправдания этого шага был выдвинут «железный» аргумент. Германия напала первой, чтобы предупредить возможное нападение Красной Армии в будущем [1, 6].

Информация 22 июня 1941 года была опубликована, но современников, понятное дело, она не убедила. Тогдашнее общественное мнение вполне было осведомлено о том, кто такой Гитлер и что из себя представляет фашистская Германия. Более семи десятилетий спустя число тех, кто верит в ложь о

справедливой «превентивной войне» Гитлера против Сталина, начало стремительно расти. [5].

В современном «информационном поле» это уже «истина», не требующая доказательств и оправдывающая любую агрессию в отношении России.

В этой связи ни один факт из истории, изложенный тенденциозно и необъективно, нельзя оставлять без внимания. Кто знает. Может быть, именно он станет основой для нового «крестового похода» и новой агрессии.

О Советском государстве и прежде всего о его правоохранительных органах за последние 30 лет написано много и в основном нелицеприятно. Новейшая история нашей страны со времен «эпохи гласности и перестройки» получила мощный заряд заслуженной критики и негатива со стороны сначала борцов с административно-командной системой и коммунизмом, а потом уже и новой власти. За эти годы на смену позитивного мифа о советской милиции сложился, был сформирован, новый миф. Но теперь уже полностью негативный. По степени правды он ничем не лучше прежнего позитивного. Во многом значительно хуже. Прежде всего потому, что он утверждает в качестве правды новую ложь и диффамацию. Объективность изложения требует справедливого отношения к тем, кто жил и работал в органах милиции той революционной эпохи, к объективному изложению их деятельности. К их морально-нравственному облику прежде всего.

#### **Литература:**

1. Государственный архив Краснодарского края. Ф. Р-6. Канцелярия совета Кубанского краевого правительства, оп.1, д. 203. Л.12,13.

2. ГАКК.Ф.Р-6. Оп-1, д.204. Л.85, 90.

3. Екатеринодар – Краснодар: Два века города в датах, событиях, воспоминаниях. Материалы к Летописи / Ред.-составитель И.Ю. Бондарь. – Краснодар,1993. – С. 385, 388, 410, 442.

4. Евсюков М.Ю. К вопросу об информационной культуре современного российского общества / М.Ю. Евсюков, Ю.Б. Рагер // Тезисы докладов XXXII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар: КГУФКСТ, 2005. – 11 с.

5. Кавтарадзе А.Г. Военные специалисты на службе Республики Советов / А.Г. Кавтарадзе. – М.: Наука, 1988. – 176 с.

6. Рагер Ю. Б. Восстановление экономики Кубано-Черноморской области после Первой мировой и Гражданской войн /Ю. Б. Рагер // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. №9. – Краснодар: КубГТУ, 2016. – С. 227-236.

7. Рассказов Л.П. Зарождение екатеринодарской рабоче-крестьянской милиции / Л.П. Рассказов, С.А. Кравец // Право и государство: проблемы методологии, теории и истории: материалы VI Всероссийской науч.-практ. конф. – Краснодар: КУМВД, 2017. – С. 46-49.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Е.В. Сивакова, А.М. Артемьева

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В статье представлен анализ различных существующих интернет-ресурсов, содержащих образовательные материалы для изучения иностранного языка, и выявлены наиболее популярные из них среди разных возрастных групп.

*Ключевые слова:* иностранный язык, интернет-ресурс, интерактивный интернет-сайт, видео- и аудиоконтент, авторская методика.

В условиях мировой глобализации и всемирного технического прогресса увеличился уровень межкультурной коммуникации во всех сферах жизни общества. Так, например, широкую популярность приобрело обучение по обмену или получение международного образования, туристические поездки, зарубежные стажировки и конференции. Потребность людей изучать иностранный язык растет с каждым годом, что напрямую влияет на создание новых педагогических методик, открытие специализированных школ, которые имеют в штате носителей языка, и развитие международных интернет-ресурсов.

Цель данной статьи – определить навыки, необходимые для изучения иностранного языка и выявить виды существующих интернет-ресурсов, содержащих образовательные материалы для изучения иностранного языка.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что человек, владеющий иностранным языком, комфортнее и быстрее адаптируется в любом социуме. Известный русский педагог и писатель К.Д. Ушинский считал, что осваивая язык, можно постичь «всю историю духовной жизни народа», потому что, язык – «органическое создание народной мысли и чувства» [1]. А это поможет человеку проще выстраивать коммуникацию с жителями зарубежной страны, изучать ее культуру, а также с легкостью осваивать родственные языки. Кроме того, он имеет перспективы на успешное профессиональное будущее, то есть иностранный язык будет являться средством повышения мастерства специалиста в той или иной области, давая возможность исследовать различные зарубежные научные статьи или общаться с опытными коллегами из других стран.

Но в нашей стране существует проблема низкого образования в области иностранных языков: большинство современной молодежи изучали английский язык с младших классов школы до второго курса университета и признаются о невысоком уровне владения им. И в поисках решения данного вопроса для

улучшения уровня знаний молодые люди все чаще обращаются к образовательным интернет-ресурсам. Об этом говорит и Е.А. Амирова в своей статье: «Интернет уверенно отвоевывает жизненное пространство у других средств распространения и обмена информацией. С помощью Интернета можно решать разнообразные дидактические задачи: формировать навыки и умения чтения, используя современные материалы из сети; совершенствовать умения письменной речи; пополнять словарный запас, что формирует устойчивую мотивацию к изучению английского языка» [2].

Для освоения любого иностранного языка человеку необходимо освоить четыре основных навыка: говорить, слушать, читать и писать. Именно эти четыре аспекта включены в государственные школьные экзамены (ОГЭ, ЕГЭ). Еще одним доказательством необходимости освоения этих четырех навыков служит содержание распространенных международных экзаменов (IELTS, TOEFL, FCE), определяющих уровень знания английского языка. Они состоят из четырех частей, каждая из которых строится на оценке именно вышеперечисленных навыков. Поэтому большинство современных авторов учебных пособий по иностранному языку выделяют отдельные упражнения и задания для закрепления этих навыков.

Но не стоит забывать и том, что обучающийся иностранному языку должен также овладеть навыками перевода. Для достижения этой цели нужно приобрести определенный запас слов и изучить грамматический строй языка.

Для более точного понимания необходимых навыков мы предлагаем взглянуть на процесс освоения иностранному языку:

- базовый уровень (изучение алфавита, постановка произношения и привыкание к звуку языка);
- начальный уровень (произношение буквенных сочетаний и простых слов с переводом);
- составление предложений, изучение основ грамматики;
- насыщение предложений различными конструкциями, чтение базовой литературы, просмотр видеоматериалов с субтитрами;
- чтение книг и изучение правил грамматики и орфографии;
- освоение разговорных особенностей языка, навыков общения;
- непрерывный процесс закрепления результатов и пополнение лексического запаса.

Можно сделать вывод, что для владения языком на требуемом уровне необходимо освоить целый ряд навыков. Некоторым из них (говорить и читать) стоит уделить отдельное внимание и подробно изучить с преподавателем, а для работы над остальными (слушать и писать) можно применить альтернативные методы, например интернет-ресурсы.

В наши дни существует широкое разнообразие образовательных ресурсов. Они могут иметь форму: интерактивных интернет-сайтов, специализированных программ для компьютера, мобильных приложений для смартфонов или видеоресурсов.

Одновременно с этим мы выделили следующие их виды:

- всемирные социальные сети для коммуникации с носителями языка;
- электронные словари и тематические подборки слов с транскрипциями переводами;
- электронные сайты с упражнениями на различные грамматические темы;
- интернет-ресурсы, содержащие видео- и аудиоконтент на разных иностранных языках для увеличения словарного запаса, понимания устной разговорной речи;
- интернет-базы для осуществления поиска учителей или репетиторов.

Таким образом, можно просмотреть наличие разных способов для освоения иностранного языка в глобальной сети Интернет. Онлайн-материалы позволяют получать любую информацию, новости, находить статьи из журналов и газет, книги, а также практиковаться в верном произношении, чтении, понимании на слух и переводе иностранного языка и его диалектах.

Проведя исследование интернет-ресурсов для изучения иностранных языков, мы можем выделить следующие:

1. Авторская методика полиглота Дмитрия Петрова. Ее эффективность основывается на трех составляющих: создание дружелюбной атмосферы внутри группы обучающихся, доведение базового алгоритма языка до автоматического уровня и создание из небольшого лексического запаса наибольшее количество лексических конструкций, а также применение индивидуального подхода. В Интернете представлены 16 уроков данного курса. Простота, эффективность и доступность данной авторской методики делают ее все более популярной среди взрослого населения нашей страны, которое в силу большой занятости стремится овладеть иностранным языком в короткие сроки.

2. «Профессор Хиггинс» – электронный курс обучения иностранному языку. Данная программа рекомендована Институтом информатизации образования Российской академии образования. Она включает в себя лексику, фонетику, грамматику, аудиотренинг, общий словарь и словарь омонимов. Достоинством данного интернет-ресурса является система визуального отображения речи и объективная оценка произношения в баллах. Данная методика проста и интересна, поэтому она полюбилась широкому кругу современных школьников.

3. «Lingua Leo» – развлекательный и эффективный ресурс. Взаимодействуя с символом программы – львенком, выстраиваются определенная мотивация и весь последующий процесс обучения. Основная часть заданий на бесплатной основе.

4. «Busuu» – это социальная сеть по изучению иностранного языка, включающая возможность общения с носителями языка, а также получение сертификата по окончании прохождения курса.

5. Программа «Livemocha» строится на взаимопомощи, то есть сервис соединяет вас с человеком, который хочет выучить ваш язык, и вы помогаете друг другу в учебе.

6. «BBC Learning English» является ресурсом корпорации BBC, включает как образовательную, так и познавательную и развлекательную функции через аудио- и видеоуроки, тесты, анимационные ролики, красочные материалы в шуточном стиле.

7. «Duolingo» – сервис предполагает индивидуальный подход: квалификационный тест определяет уровень знаний, подбирая занятия. А для повторения есть режим «Практика»: в нем собраны ранее пройденные слова.

Помимо выделенных нами ресурсов на просторах Интернета есть ряд других, которые могут сильно различаться по функциональным составляющим, содержанию, целям. Поэтому список, который мы сформировали, на наш взгляд, подойдет широкому кругу людей, желающих освоить иностранный язык. Большинство из ресурсов имеет аналог для мобильных телефонов, что позволяет заниматься изучением иностранного языка в любое время. В современном мире нет преград для самостоятельного овладения иностранным языком.

#### **Литература:**

1. Ушинский К.Д. Педагогические сочинения: В 6 т. – Т. 2. – Сост. С.Ф. Егоров. – М.: Педагогика, 1998. – 350 с.

2. Амирова Е.А. Использование интернет-ресурсов при обучении английскому языку студентов неязыковых специальностей // Вестник ВолГУ. Серия 9: Исследования молодых ученых. – 2013. – №11.

## ВЛИЯНИЕ СПОРТА И ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Е.В. Сивакова, А.М. Вдовенко

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В данной статье рассматривается, какое влияние оказывают спорт и туризм на развитие Краснодарского края. В тексте приведена статистика, какой доход получает регион от каждой из обозначенных отраслей. Описываются преимущества, которыми обладают данные сферы в Краснодарском крае. Также в данной статье указывается, почему спорт и туризм являются ведущими отраслями жизнедеятельности Краснодарского края. На основе статистических данных сделан вывод о том, какую роль эти сферы играют в развитии региона.*

***Ключевые слова:** спорт, туризм, спортивный объект, спортивное событие, развитие Краснодарского края.*

На развитие края оказывает влияние множество различных факторов. Спорт и туризм также являются одними из основополагающих сфер, от деятельности которых зависит и дальнейшее процветание региона. Во многом именно благодаря этим сферам о крае узнают жители других областей и стран. Спорт и туризм помогают распространять о регионе самую интересную и актуальную информацию, привлекают гостей и продвигают среди населения все достоинства и достопримечательности края, тем самым делая его более популярным не только среди жителей ближайших городов, но и далеко за их пределами.

Краснодарский край не является исключением. Точно так же, как и в других регионах страны, здесь огромное значение имеют спорт и туризм. Возможно, что именно Краснодарский край даже больше, чем какой-либо другой, уделяет внимание этим отраслям жизнедеятельности. Тем более, что регион обладает исключительными и уникальными возможностями для развития именно этих сфер.

На территории Краснодарского края находятся два моря: Черное и Азовское. Кроме того, край охватывают многочисленные горы, леса и равнины. Благодаря уникальному географическому положению и климату, сюда ежегодно стекаются миллионы туристов со всего мира. Каждый год число гостей из различных уголков страны и зарубежья только растет. По данным Федерального агентства по туризму, в 2018 году Краснодарский край посетили более 17 миллионов туристов. Этот показатель превысил на миллион даже цифры 2017 года. В этом нет ничего удивительного. Уже на протяжении многих лет курортно-рекреационный комплекс является одной из ведущих отраслей края [4].

На территории курортно-туристского комплекса находятся более тысячи здравниц, более 400 туристских предприятий, более 6 тысяч отелей и гостиниц, около сотни пляжных территорий и почти 70 горнолыжных трасс. В здравницах могут одновременно отдыхать более 200 тысяч посетителей, что является третьей емкостью всех российских курортов. Благодаря уникальности географического положения, на курорты Краснодарского края туристы приезжают круглый год. Летом гостей чаще всего привлекает Черноморское побережье. А зимой большим спросом пользуются горнолыжные курорты. Кроме того, Краснодарский край является местом крупных туристических событий различного уровня. Здесь проходят гонки «Формула-1», известный фестиваль «Кинотавр», фестиваль воздухоплавания, гастрономический и многие другие фестивали, на которые приезжают тысячи гостей из разных городов и стран [5].

По своим объемам услуги курортно-туристской отрасли в Краснодарском крае равняются третьей части всех платных услуг, оказываемых населению. При таком количестве туристов, которых каждый год принимает край, не сложно догадаться, какой доход приносит туризм в бюджет региона. По исследованию, проведенному Сбербанком, только за 10 месяцев 2018 года чистый экспорт туристических услуг от внутреннего туризма в Краснодарском крае составил 60,5 миллиарда рублей. Это лидирующий показатель среди всех других регионов России. А доходы от внутреннего туризма превышают 90 миллиардов рублей. Это значит, что благодаря сильно развитой туристической сфере в Краснодарский край ежегодно поступают довольно крупные суммы денег [3].

Помимо туризма на территории Краснодарского края развита и спортивная отрасль, что также оказывает значительное влияние на благополучие региона. Здесь активно развиваются 55 видов спорта. Работают спортивные школы и школы олимпийского резерва. О значении спорта также говорит и постоянно увеличивающееся число спортивных объектов в регионе, и проведение масштабных спортивных событий [6].

Только за последнее десятилетие в Краснодарском крае появилось более тысячи новых спортивных объектов. Сейчас их насчитывается около десяти тысяч по всему региону. Огромное количество новых объектов, причем не только спортивных, было возведено специально к зимним Олимпийским играм в 2014 году, которые проводились в Сочи. Всего было построено около 400 объектов, направленных в том числе на развитие самого города в качестве круглогодичного курорта. Кроме того, Олимпийские игры способствовали привлечению в Краснодарский край тысяч гостей со всего мира. Только одних спортсменов, участвовавших в Олимпиаде и приехавших из 88 стран мира, насчитывалось около трех тысяч. А болельщиков было в разы больше. Во время проведения Игр регион посетили представители более 120 стран. По подсчетам специалистов, доходы от проведения зимних Олимпийских игр в Сочи превысили 1,3 миллиарда долларов [2].

Совсем недавно Краснодарский край стал местом проведения очередных масштабных спортивных соревнований. В прошлом году Сочи принимал Чемпионат Мира по футболу. На сочинском стадионе прошли шесть матчей, а в самом регионе остановились шесть футбольных команд. Более 260 тысяч болельщиков собралось в Краснодарском крае, из них около 65 тысяч являлись иностранными гражданами [3]. Проведение таких масштабных событий говорит о том, что Краснодарский край является одним из популярных и перспективных регионов.

Краснодарский край – один из ведущих в России по массовому спорту и спортивным достижениям. Почти половина населения региона систематически занимаются физической культурой и спортом. На развитие спорта в Краснодарском крае каждый год уходит около 10 миллиардов рублей. Но все затраченные средства окупаются благодаря достижениям спортсменов. Ежегодно они пополняют копилку сотнями новых наград различного уровня. Среди спортсменов, прославляющих Краснодарский край, есть и чемпионы СССР, и чемпионы России. Они регулярно участвуют во всероссийских и международных соревнованиях, где представляют свой регион. Своими победами они приносят славу и успех своей малой Родине.

Таким образом, спорт и туризм в Краснодарском крае являются одними из популярных и перспективных направлений. Как следствие, именно эти сферы оказывают наибольшее влияние на развитие самого региона. Ежегодно спорт и туризм приносят в бюджет Краснодарского края миллиарды рублей. Поступления только из одних этих отраслей превышают целые бюджеты некоторых российских регионов. Поэтому спорт и туризм Краснодарского края осуществляют ценный вклад в развитие своего региона.

#### **Литература:**

1. Население: Краснодарстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/population/](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/population/) (дата обращения 15.05.2019).

2. Организаторы подвели итоги XXII Олимпийских зимних игр и Паралимпийских зимних игр 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=bnkws1FfwVk> (дата обращения 15.05.2019).

3. ТурСтат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turstat.com/matchvisitors2018fifaworldcup> (дата обращения 15.05.2019).

4. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/16198/> (дата обращения 15.05.2019).

5. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края (2010-2011 гг.) / Госкомстат России, Краснодар. – 2011.

6. Региональные особенности развития туризма в Краснодарском крае: коллективная монография / Под общ. ред. В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – 290 с.

## КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

**Е.В. Сивакова, И.П. Назарова**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В представленной статье рассматриваются коммуникативные навыки, необходимые для успешного изучения иностранного языка. Приводятся три классификации коммуникаций: по степени применения различных знаковых систем (устная, письменная, графическая), по количеству участвующих коммуникаторов (индивидуальная, групповая), по степени использования в коммуникации речи (вербальная, невербальная). Каждая перечисленная коммуникация рассматривается с точки зрения ее использования и совершенствования в процессе изучения иностранного языка.*

***Ключевые слова:** коммуникация, коммуникативные навыки, коммуникатор, невербальные средства коммуникации.*

В настоящее время преподавание иностранного языка приобрело прикладной характер, в то время как раньше оно было сравнительно отвлеченным и теоретизированным. В связи с этим особую популярность среди существующих методик изучения иностранного языка приобрел коммуникативный подход, суть которого изложена в данной статье.

По мнению Е.И. Пассова, автора коммуникативного метода, «коммуникативность предполагает речевую направленность учебного процесса, которая заключается не столько в том, что преследуется речевая практическая цель (в сущности, все направления прошлого и современности ставят такую цель), сколько в том, что путь к этой цели есть само практическое пользование языком. Практическая речевая направленность есть не только цель, но и средство, где и то, и другое диалектически взаимообусловлено» [1].

В процессе обучения иностранному языку обучающиеся овладевают различными коммуникативными навыками: устной и письменной речью, составлением презентации, способностью участвовать в диалогах и деловых дискуссиях, умением выражать мысли вербальным и невербальным способом.

Цель данной статьи – обозначить классификацию коммуникаций, используемых в учебном процессе, и рассмотреть каждую коммуникацию с точки зрения важности ее применения в процессе изучения иностранного языка.

По степени применения различных знаковых систем, коммуникация может быть устная, письменная и графическая. Устная коммуникация на иностранном языке включает в себя следующие аспекты: умение правильно формулировать мысль, используя правильный порядок слов, характерный для

иностранного языка; способность грамматически верно задавать вопросы и отвечать на них; умение составлять монологические высказывания на заданную тему, активно участвовать в диалогах и групповых дискуссиях.

Письменная коммуникация на иностранном языке предполагает знание алфавита, правильное написание иностранных слов и предложений, умение писать диктанты и сочинения на иностранном языке.

Графическая коммуникация в рамках изучения иностранного языка представляет собой графические схемы, таблицы, диаграммы, которые часто используются при изучении грамматических правил, а также при подготовке презентаций на иностранном языке с помощью графического редактора Power Point.

Важной составляющей письменной коммуникации на иностранном языке является деловая, или бизнес-коммуникация. В течение учебного процесса обучающиеся знакомятся с правилами ведения деловой переписки: учатся составлять деловые письма (запросы, заказы, приглашения, жалобы), а также пишут ответы на них. Неотъемлемой частью деловой коммуникации является написание резюме и жизнеописания на иностранном языке.

Деловая переписка, составление деловых документов, ведение переговоров на иностранном языке – все эти важные составляющие деловой коммуникации способствуют пополнению лексического запаса обучающихся, развивают кругозор и формируют деловые качества.

По количеству участвующих коммуникаторов коммуникация может быть индивидуальной и групповой. Индивидуальная коммуникация представляет собой монологическую речь на иностранном языке, в качестве таковой могут выступать устный ответ на вопрос, презентация, сообщение на заданную тему.

Групповая коммуникация осуществляется в рамках диалогов и групповых дискуссий. Групповая коммуникация позволяет обучающимся развить навыки общения на иностранном языке. Популярной практикой в рамках такой коммуникации являются ролевые игры, когда обучающимся предлагают выступить в роли врача, учителя, продавца и других персонажей. Как индивидуальная, так и групповая коммуникация позволяют обучающимся развить навыки устного общения, умение говорить на публику, быстро реагировать на комментарии собеседника, раскрыть творческий и актерский потенциал.

По степени использования в ней речи коммуникация может быть вербальной и невербальной. Важным показателем вербальной коммуникации является владение речью на иностранном языке, включающее в себя такие компоненты, как лексический и грамматический состав языка, а также личностные характеристики человека (убедительность, креативность, собранность, эмоциональность, общительность и т.д.).

Владение речью на иностранном языке – важнейшая профессиональная составляющая человека, которую необходимо постоянно совершенствовать и дополнять, оттачивая стилистическое и риторическое мастерство.

Невербальная коммуникация во многом дополняет вербальную и представляет собой общение при помощи жестов, мимики, различных поз, прямых сенсорных и телесных контактов, предназначенных для более полного понимания высказывания и уточнения информации.

В рамках невербальной коммуникации выделяют многообразные невербальные средства общения:

- движения экспрессивно-выразительные (поза тела, мимика, жесты, походка);

- тактильные движения (рукопожатие, похлопывание по спине или плечу, прикосновение);

- взгляд визуально-контактный (направление взгляда, его длительность, частота контакта);

- пространственные движения (ориентация, дистанция, размещение за столом) [2].

Необходимо отметить, что роль невербальных знаков в изучении иностранного языка велика. Ведь каждый язык, каждая культура имеет свои средства невербальной коммуникации.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что современный коммуникативный метод представляет собой гармоничное сочетание многих способов обучения иностранным языкам, находясь, наверное, на вершине эволюционной пирамиды различных образовательных методик. Овладение перечисленными в статье коммуникативными навыками позволяет обучающимся снять языковой барьер, научиться говорить на иностранном языке не только свободно, но и правильно. А знание и использование невербальных средств коммуникации позволяет сделать речь более эмоциональной и убедительной. Особая роль в этом процессе отводится преподавателю, так как его задачей является не только профессионально владеть иностранным языком и использовать современные методики обучения, но и уметь мотивировать студентов, вызвать у них интерес к занятиям и раскрыть их языковой и творческий потенциал.

#### **Литература:**

1. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению. – М.: Просвещение, 1991. – 223 с.

2. StudFiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://studfiles.net/preview/5750200/> (дата обращения 12.05.2019).

## ТЕХНОЛОГИЯ ПРЕДСЕЗОННОЙ ПОДГОТОВКИ БАСКЕТБОЛИСТОВ СПОРТИВНОГО КЛУБА ВУЗА НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОМПЛЕКСА «ОМЕГА-С»

Е.А. Слонич, М.Ю. Федорова

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», г. Чита

***Аннотация.** Статья посвящена вопросу поиска новых путей совершенствования тренировочного процесса баскетболистов спортивного клуба вуза. Рассматривается проблема предсезонной подготовки и оптимизация физического состояния баскетболистов к соревновательной деятельности. В статье рассмотрена предсезонная подготовка баскетболистов спортивного клуба вуза. Обосновано физическое состояние баскетболистов и их готовность к предстоящему соревновательному сезону. Предсезонная подготовка баскетболистов основана на исследовании физического состояния с использованием программного комплекса «Омега-С».*

***Ключевые слова:** предсезонная подготовка, технология, физическое состояние, комплекс «Омега-С».*

***Введение.** Одной из важнейших проблем в подготовке баскетболистов студенческих команд является проблема повышения результативности соревновательной деятельности, напрямую связанная с совершенствованием тренировочного процесса. По мнению большинства тренеров и специалистов, наиболее актуальной проблемой тренировочного процесса спортсменов является проблема предсезонной подготовки, направленной на формирование готовности к демонстрации наиболее высокого результата в соревнованиях [3, 4].*

Интенсивность тренировочного процесса баскетболистов в период предсезонной подготовки требует поиска новых путей использования резервных возможностей организма баскетболистов, для достижения оптимального состояния спортивной формы в соревновательной деятельности, регулируемая правильным подбором тренировочных нагрузок [1, 2].

Для правильного подбора тренировочных нагрузок в предсезонной подготовке баскетболистов необходимо исследовать уровень их физического состояния на основе использования современных информационных технологий, так как, по мнению А.В. Шахановой, А.А. Кузьмина, Ю.Ю. Даутова и др. (2014), дозирование физической нагрузки должно учитывать функциональные и адаптационные возможности организма спортсменов.

Учитывая, что подготовка студентов-баскетболистов имеет свои сложности и особенности, одним из перспективных направлений является разработка и экспериментальное обоснование технологии предсезонной

подготовки в тренировочном процессе, реализуемой в условиях спортивного клуба вуза, которая позволяет достигать хороших результатов в соревновательной деятельности.

Цель исследования – проведение исследования физического состояния баскетболистов с использованием программно-аппаратного комплекса «Омега-С» для правильного дозирования физической нагрузки в период предсезонной подготовки.

*Методы и организация исследования.* В процессе исследования использованы следующие методы: анализ научной и методической литературы, медико-биологические исследования, педагогический эксперимент, методы математико-статистической обработки.

Педагогический эксперимент проводился на базе мужской сборной команды по баскетболу Забайкальского государственного университета и состоял из двух этапов – констатирующего и формирующего. Для правильного дозирования физической нагрузки в период предсезонной подготовки проведено исследование физического состояния баскетболистов с использованием программно-аппаратного комплекса «Омега-С». Полученные результаты физического состояния баскетболистов сопоставлялись с комплексом модельных характеристик тренировочной и соревновательной деятельности в прошедшем годовом макроцикле. На основании выявленных отклонений была разработана экспериментальная технология предсезонной подготовки баскетболистов спортивного клуба вуза.

*Результаты исследования и их обсуждение.* Компьютерный программно-аппаратный комплекс «Омега-С» относится, по мнению ведущих специалистов в области спортивной тренировки, к числу информационных технологических средств диагностики физического состояния баскетболистов. Данный комплекс позволяет определить уровень адаптации к физическим нагрузкам, уровень и резервы тренированности, уровень и резервы энергетического обеспечения, психоэмоциональное состояние и интегральный показатель спортивной формы.

Таблица 1 – Исходные показатели физического состояния баскетболистов

Компоненты физического состояния	Исходные показатели
Уровень адаптации к физическим нагрузкам (%)	67,07±1,34
Уровень тренированности организма (%)	82,4±2,18
Резервы тренированности (%)	63,13±1,46
Уровень энергетического обеспечения (%)	68,4±1,57
Резервы энергетического обеспечения (%)	69,67±1,78
Психоэмоциональное состояние (%)	67,53±1,86
Интегральный показатель «спортивной формы» (%)	71,27±3,22
ЧСС (уд/мин)	67,27±1,79

Исследование показателей физического состояния баскетболистов в начале подготовительного периода показало, что игроки начали предсезонную

подготовку со средним уровнем адаптационных возможностей организма – 67,07%. Уровень тренированности организма баскетболистов на начало подготовительного периода составил 82,4%, при этом резервный уровень тренированности невысокий – 63,13%. При рассмотрении показателей уровня энергетического обеспечения мы получили результат 68,4%. Резервный уровень энергетического обеспечения немного выше 69,67%. Психоэмоциональное состояние баскетболистов спортивного клуба вуза составило 67,53%. Интегральный показатель «спортивной формы» находится в пределах 71,27%. Средний показатель ЧСС составил 67,27%. Полученные данные свидетельствуют о среднем уровне физического состояния баскетболистов в начале периода предсезонной подготовки (табл. 1).

Контроль физического состояния баскетболистов на основе комплекса «Омега-С» позволяет осуществлять индивидуализацию тренировочного процесса баскетболистов в период предсезонной подготовки в аспекте подбора интенсивности и длительности выполняемых физических нагрузок.

Предсезонная подготовка включает в себя два этапа. Общеподготовительный этап состоит из двух мезоциклов, основной направленностью которых является взаимосвязь физической и технико-тактической подготовки на основе использования метода сопряженных воздействий. Тренировочные занятия в мезоциклах общеподготовительного этапа проводятся два раза в день (утреннее и дневное тренировочное занятие). Утреннее тренировочное занятие направлено на развитие общей и специальной выносливости, скоростных и скоростно-силовых способностей. Основной составляющей является кроссовый бег. Основной направленностью дневного тренировочного занятия является развитие специальных физических качеств баскетболистов с использованием средств специальной физической и атлетической подготовки. Дифференцированный подход в развитии специальных физических качеств осуществляется с учетом игрового амплуа баскетболистов. В данных тренировочных занятиях используются упражнения силовой и скоростно-силовой направленности, такие как прыжковые упражнения и упражнения с различными отягощениями. Для центровых игроков используется комплекс упражнений для развития взрывной силы. Для атакующих защитников, крайних нападающих и разыгрывающих используется комплекс упражнений для развития специальной выносливости. Для всех игроков, без деления по игровому амплуа, на двух тренировочных занятиях в микроцикле используется общий комплекс физических упражнений в сочетании с технико-тактической подготовкой.

Специально-подготовительный этап предсезонной подготовки включает один мезоцикл. Основной направленностью тренировочного процесса на данном этапе подготовки является совершенствование техники бросков мяча в корзину с различных дистанций и тактических действий в нападении и защите во взаимосвязи с совершенствованием специальных физических качеств баскетболистов. Содержание упражнений подбирается с учетом особенностей тактики ведения игры. Техничко-тактические взаимодействия моделируются на

основе упражнений как защитных действий, так и перехода к атакующим действиям, позволяющим совершенствовать необходимые специальные физические качества игроков. В начале основной части тренировочного занятия в каждом микроцикле специально-подготовительного этапа используются специальные упражнения по технике индивидуальной защиты во взаимосвязи с совершенствованием скоростно-силовых способностей и специальной выносливости.

*Заключение.* По результатам исследования физического состояния баскетболистов спортивного клуба вуза с использованием программно-аппаратного комплекса «Омега-С» возникает потребность в совершенствовании его компонентов. Полученные результаты показали отклонения в компонентах физического состояния и стали основанием для разработки модели предсезонной подготовки баскетболистов, основой реализации которой является: а) планирование двух этапов предсезонной подготовки; б) планирование специальной физической и атлетической подготовки с учетом игрового амплуа; в) моделирование технико-тактических действий на специально-подготовительном этапе с использованием метода сопряженных воздействий.

#### **Литература:**

1. Быков Е.В. Совершенствование методов контроля за тренировочным процессом на основе современных информационных технологий / Е.В. Быков, О.И. Коломиец // Теория и практика физической культуры. – 2016. – № 5. – С. 59-61.

2. Парфенов М.В. Восстановление функциональных резервов сердечно-сосудистой системы у баскетболистов 17-18 лет / М.В. Парфенов, Г.М. Сикорская, И.В. Григорьева и др. // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2016. – № 1 (131). – С. 167-171.

3. Платонов В.Н. Система подготовки спортсменов в олимпийском спорте. Общая теория и ее практические приложения: учебник [для тренеров]: в 2 кн. – Киев: Олимпийская литература, 2015. – Кн. 1. – 680 с.

4. Хоменко Р.В., Антропова Е.В., Кокин В.Ю. Технология индивидуализации предсоревновательной подготовки тяжелоатлетов высокой квалификации // Теория и практика физической культуры. 2017. № 9. С. 70-72.

5. Шаханова А.В. Влияние спортивных нагрузок на функциональное состояние и регуляторно-адаптивные возможности сердечно-сосудистой системы юных баскетболистов с учетом соматотипологической принадлежности / А.В. Шаханова, А.А. Кузьмин, Ю.Ю. Даутов и др. // Теория и практика физической культуры. – 2014. – № 11. – С. 21-23.

## ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ВУЗАХ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

С.В. Супрун

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В статье рассматривается специфика использования деловой коммуникации в вузах физкультурно-спортивной направленности, выявляется значимость делового общения как фактора профессионального успеха.

*Ключевые слова:* коммуникация, общение, физическая культура, спорт, коммуникативная компетенция, официально-деловой стиль.

Коммуникация как общение, в результате которого происходит обмен информацией, играет важную роль в любой сфере человеческой жизни. Сложившиеся в отечественной высшей школе теория и практика физического воспитания преимущественно ориентированы на формирование лишь основных физических качеств (силы, быстроты, выносливости, ловкости и т.д.). Культура профессиональной деятельности выпускника вуза физкультурно-спортивной направленности это не только комплекс специфических навыков, выражающих степень освоения им среды, в которой он трудится. Она предполагает также овладение специальными знаниями, умениями, необходимыми для данной сферы труда, что в итоге и даст возможность рассуждать об уровне профессионального мастерства. Интеграция духовной и физической культуры предполагает включение в образовательный процесс дисциплины «Деловая коммуникация», что позволяет реализовывать не только коммуникативную, но и воспитательную и другие функции.

Для специалиста владение навыками общения дает возможность успешного построения профессионального пространства. Особенно это важно для специалистов в отрасли физической культуры и спорта. Их работа предполагает постоянное взаимодействие в направлении «человек – человек». Подавляющее большинство работников физической культуры и спорта трудятся в образовательных учреждениях и учреждениях дополнительного образования. Среди них наибольшая доля приходится на учителей общеобразовательных школ, а также на тренеров-преподавателей по видам спорта. Умение ладить с учениками и их родителями, находить подход к ним, доступно определять цели и задачи наставничества лежит в основе профессионального успеха тренеров и преподавателей физического воспитания. Деловая коммуникация способствует совершенствованию процесса обучения, тренировки и воспитания конкурентоспособных атлетов.

Основу деловой коммуникации составляет официальное общение, которое определяет интегрированное взаимодействие людей в официальных организациях. Происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Деловая коммуникация – непреложная часть совместной профессиональной деятельности, и эффективность коммуникации влияет на эффективность выстраивания профессиональной карьеры. Официальный статус общения определяет необходимые нормы и стандарты (в том числе этические) поведения людей. Учитывая, что деловая коммуникация – это явление, которое имеет множество определений, остановимся на одном из них. Деловая коммуникация – это «передача информации и взаимодействие в сфере официальных отношений с целью достижения определенных результатов» [4, с.8]. Обучающиеся по программе бакалавриата в вузах физкультурно-спортивной направленности должны уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах. Для профессиональной деятельности им необходимо знать специфику процесса передачи информации, функции, технологии и приемы делового общения, стиль официально-делового общения, основные понятия о профессиональном этикете, технологии подготовки и проведения публичного выступления; уметь управлять процессом коммуникации, преодолевать барьеры общения, вести деловую беседу, деловые совещания и собрания, публично выступать, применять на практике основы документационного обеспечения; владеть коммуникативными способностями в деловой сфере. Практико-ориентированные занятия по дисциплине «Деловая коммуникация» подразумевают освоение обучающимися коммуникативной компетенции – «способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми» [3, с. 23]. Данную компетенцию можно рассматривать «как систему внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенном круге ситуаций межличностного общения» [3, с. 23].

Иногда представляется, что практическими умениями можно овладеть путем подражания или наблюдения: «необходимо просто внимательно смотреть и повторять действия, и тогда все получится». Однако опыт опровергает такой подход: сколько бы ни смотрели на победы спортсменов, никто из болельщиков не становится олимпийским чемпионом. Всегда требуется переход от теоретических действий к практическим. Таким образом, занятия целесообразно начинать с введения, в котором теоретически обоснована совокупность понятий и принципов процесса передачи информации. Во введении необходимо учитывать такие компоненты, как отправитель, получатель, сообщение, канал связи, обратная связь, знаки кодирования и декодирования, а также методы и приемы повышения эффективности обмена профессиональной информацией. А затем переходит к специфике деловой коммуникации на практике.

Технологию моделирования проблемных ситуаций на практических занятиях можно использовать для выявления коммуникативных барьеров, возникающих в процессе передачи информации. Необходимо последовательно

и целенаправленно вырабатывать стратегии преодоления как языковых барьеров, так и барьеров, связанных с психологическими особенностями личности. Особое внимание следует уделить деловой письменной коммуникации. Существует несколько видов деловой документации, однако основным средством деловой коммуникации между организациями и учреждениями является деловое письмо. Для эффективного ведения деловой переписки необходимо уметь применять нормы письменной коммуникации, правила создания и оформления разных видов деловых писем, в том числе электронным. При ведении деловой документации необходимо учитывать правила хорошего тона. Деловое общение развивает речевую технику, поэтому необходимо уделить достаточное внимание культуре речи, при этом обозначить на практике такие составные части культуры речи, как информационная содержательность, логическая организация, грамотность и правильность, нормированность, выразительность и связность.

Таким образом, формирование у студентов теоретических и практических знаний, умений и навыков деловой коммуникации способствует повышению культуры общения будущих специалистов в отрасли физической культуры и спорта.

#### **Литература:**

1. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – М.: ИНФРА-М, 2012.
2. Профессиональная этика и служебный этикет: учебник / под ред. В.Я. Кикотя. – М.: ЮНИТИ, 2012.
3. Руденко А.М. Деловое общение: учебное пособие / А.М. Руденко, С.И. Самыгин. – Ростов н/Д: Феникс, 2008.
4. Тулупьева Т.В. Лекции по основам технологий деловой коммуникации: учебник. – СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019.

**СПОСОБЫ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ДИСКУРСУ  
В КУРСЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»  
В НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗАХ**

**Ж.А. Терпелец, М.С. Душко, Ф.Н. Шарикова**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В представленной статье рассматриваются основные эффективные способы обучения профессиональному дискурсу в курсе дисциплины «Иностранный язык». Показана специальная стратегия формирования лексической и грамматической компетенций, направленная на усвоение профессиональной лексики. Затрагивается эффективность аутентичного письменного и устного материала как средства обучения различным языковым навыкам. А также представлена одна из новейших технологий преподавания профессионального дискурса на иностранном языке.*

***Ключевые слова:** профессиональный дискурс, иностранный язык, профессиональноориентированное обучение, языковые навыки, профессиональная коммуникативная компетенция.*

Сегодня профессиональноориентированное обучение иностранному языку считается приоритетным направлением в совершенствовании образования [1,2,3]. Всемирная глобализация, информационные сети и технологии приводят к необходимости развития у будущих специалистов, таких качеств как открытость, универсальность, широкий кругозор и коммуникативность. Эта ситуация значительно повышает значимость владения иностранными языками в процессе формирования профессиональной коммуникативной компетенции. Таким образом, возникает необходимость комплексной интенсификации обучения иностранным языкам, прежде всего, путем разработки новых подходов к обучению и актуализации методов обучения.

Как показывает практика, фактический уровень знаний иностранного языка у выпускников неязыковых вузов не отвечает потребностям современного общества и рынка труда. Для многих выпускников неязыковых специальностей чтение – практически единственный навык, необходимый для их профессии. Однако программа обучения иностранному языку ставит более широкие цели. Использование чтения как средства обучения устной коммуникации необходимо для овладения навыками произношения, автоматизации навыков немого чтения, развития лексических и грамматических навыков. Эти цели помогают сформировать языковую компетенцию обучающихся, без которой невозможна устная коммуникация.

На основе текста учащимся предлагается выполнить большой комплекс языковых упражнений, предназначенных для использования лексических и грамматических структурных единиц. Важно отметить, что обучение профессиональному дискурсу с помощью аутентичного письменного и устного материала может стать эффективным средством обучения различным языковым навыкам. Так, с помощью статьи, взятой с популярного сайта, блога или из газеты, книги, даже слов песни можно преподавать практически любое грамматическое правило. Изучение правила через использование его в контексте, а вместе с тем пополнение словарного запаса становится чрезвычайно увлекательным, а следовательно, действенным процессом обучения иностранному языку.

Обучение чтению профессиональной литературы заключается в формировании навыков чтения текстов различных функциональных стилей и жанров. Во время чтения материала учащиеся практикуют правила произношения, интонацию и т.д., узнают некоторую информацию, получают новый словарный запас. Учащиеся индуктивно изучают грамматический материал и видят, как он используется в контексте.

Следующим этапом после чтения текста становится использование материала в речи – пересказ информации, содержащейся в статье с упором на правильное использование изученного грамматического и лексического материала. Обучение иностранному языку с помощью разговорного дискурса может происходить на любом материале разговорной речи, например на телевизионном интервью или видео, которое служит теме урока и соответствует уровню учащихся. Преподавателю важно предоставить письменную версию материала для прослушивания (неоднократного), чтобы учащиеся могли написать заметки и возвращаться к ним позже, когда это необходимо. Обучение монологам – это формирование навыков создания монологических текстов различных жанров: доклад информации профессионального характера, презентации, выступления в расширенных дебатах, дискуссии как с подготовкой, так и без нее.

Перед тем как перейти к обсуждению лексической темы на иностранном языке в качестве разминки преподаватель может расспросить учащихся о том, что они уже знают по данной теме. В качестве последующей деятельности учащиеся могут обсуждать в парах или в группе другой актуальный материал с упором на использование изучаемой грамматической темы.

Затем обучающиеся переходят к отработке письменных навыков – например написанию эссе по проблеме, затрагиваемой в статье. Письменные упражнения подойдут для самостоятельной практики письма. Обучая письменному дискурсу, преподаватель может выбрать любую информативную письменную беседу, которая служит основной цели (целям) урока. Кроме того, с помощью того же текста учитель может выделить другие аспекты письменного английского языка, такие как знаки препинания, в зависимости от уровня учащихся. Для развития навыков письма учащиеся выбирают актуальное событие, новость, собирают информацию и пишут эссе / доклад об

этом в качестве домашнего задания, можно поручить написать размышление или мнение, по поводу определенного момента изучаемой темы. На заключительном этапе обучающиеся могут обмениваться письменными работами, читать работы друг друга и, при необходимости, написать комментарии, исправить ошибки, попытаться внести улучшения.

На следующем этапе проводится аудирование. Что касается развития навыков понимания естественной разговорной речи, прослушивание реально записанного разговора, обычно интервью, телефонного звонка, учит устному дискурсу, включая управление ритмом речи и интонацией, а также дает возможность исследовать реальное социальное взаимодействие, которое происходит между людьми. На более продвинутом этапе обучения преподаватель может разработать ролевую игру или дискуссии, дебаты, для того чтобы обучающиеся могли практиковаться в разговоре, используя тот материал, который они изучали на предыдущих этапах.

Переходя к говорению после нескольких прослушиваний, преподаватель проектирует речевую деятельность, например дает работу в парах или группах по три человека, чтобы анализировать, обсуждать, пересказывать то, что они слушали. Преподаватель в свою очередь должен контролировать использование учащимися речевой интонации, грамматики и лексики.

Сегодня актуальным также является информационно-конструктивистский подход к развитию иноязычной компетенции, который рассматривают как способность индивида ориентироваться в иноязычных информационных потоках, в том числе профессионального характера [4]. Задача преподавателя – подготовить материал к учебному взаимодействию и учебные задания, выбрать необходимые источники информации и реализовать роль инструктора, в то время как студенты должны сами определить свои цели обучения. Согласно информационно-конструктивистскому подходу, преподаватель – это уже не человек, который дает уроки по определенному предмету, а консультант, организатор и координатор проблемно-ориентированной, исследовательской учебно-познавательной деятельности учащихся. Он создает условия для их самостоятельной умственной деятельности, всячески поддерживая их активность. Следовательно, обучающиеся становятся полноценными «участниками» учебного процесса и разделяют ответственность за него и за его результаты с преподавателем. Развитие современных информационных технологий может существенно способствовать развитию конструктивистских методов обучения. Новый этап информатизации конструктивистских методов обучения позволил разработать различные высокотехнологичные методы обучения, например WebQuests.

WebQuest – это метод решения задач с элементами ролевой игры на основе информационных ресурсов сети Интернет. WebQuests является очень популярным способом использования интернет-ресурсов для исследования различных тем, связанных с профессиональной и любой другой деятельностью. В процессе творческой работы обучающиеся не получают «готовых к

употреблению» знаний и клише. Они участвуют в поисковой деятельности, добывают знания самостоятельно.

Таким образом, разработка методики обучения неязыковых учащихся чтению и переводу профессионально ориентированных текстов является актуальной задачей, продиктованной экономическими, социальными и культурно-психологическими изменениями в обществе, интеграционными процессами в исследованиях, популярностью иностранного языка не только как средства международного общения, но и как области формирования профессиональной коммуникативной компетентности специалистов. Профессиональноориентированная языковая подготовка – это не только знание языка, но и умение использовать его в своей практической профессиональной деятельности, что повышает конкурентоспособность специалиста, его профессиональную мобильность, предприимчивость и инициативу, повышает успешность социальной адаптации и самореализации.

Преимущества использования профессионального дискурса в обучении иностранному языку следующие:

- изучение грамматических правил в профессиональном контексте;
- знакомство с организацией письменной и устной речи;
- овладение разными стилями письма;
- совершенствование устной коммуникативной компетентности обучающихся (овладение устным дискурсом, управление ритмом, ударением и интонацией);
- усвоение естественного профессионального и социального взаимодействия на иностранном языке.

#### **Литература:**

1. Буренко Л.В. Обучение профессиональному дискурсу в неязыковом вузе / Л.В. Буренко, О.Г. Мельник, Э.А. Сидельник // КПЖ. – 2015. – №4-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obuchenie-professionalnomu-diskursu-v-neyazykovom-vuze> (дата обращения: 10.06.2019).

2. Ступникова Л.В. Обучение профессионально ориентированному дискурсу в правовой сфере в условиях межкультурного взаимодействия: английский язык, неязыковой вуз: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Ступникова Лада Владимировна; [Место защиты: Моск. гос. лингвист. ун-т]. – Москва, 2010. – 291 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-13/865

3. Федоткина Е.В. Профессиональная направленность обучения иностранным языкам в неязыковом вузе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 1856–1860. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/96290.htm>. (Дата обращения: 10.06.2019).

4. Shutenko, Andrey I., Shutenko, Elena N., Ryzhkova, Inna V., Koreneva, Anastasia V., Sidorova, Magrarita I., Rotaryanu, Lubov A. The use of WebQuests in foreign language training of students of nonlinguistic specialties. Revista Espacios. ISSN 0798 1015 Vol. 40 (Nº 19). 2019 URL: <https://revistaespacios.com/a19v40n19/a19v40n19p07.pdf> (дата обращения: 10.06.2019).

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОГО КЛУБА

**А.В. Тонковидова, А.Е. Вакин**

***Аннотация.** В данной статье рассмотрено совершенствование рекламно-информационной работы спортивного клуба, которая осуществляется посредством организации и проведения специальных мероприятий – мастер-классов и разработки и реализации сувенирной продукции.*

***Ключевые слова:** рекламно-информационная деятельность, специальные мероприятия, сувенирная продукция, мастер-класс, спортивный клуб.*

Рекламно-информационная деятельность выступает важной составляющей работы спортивного клуба «Фанат». Спортивный клуб «Фанат» осуществляет планомерную рекламно-информационную работу. У клуба есть страничка в Инстаграм (3986 подписчиков с 2017 года) и ВКонтакте (3907 подписчиков с 2016 года).

Анализ внешней среды показал, что спортивный клуб «Фанат» действует в условиях высокой конкуренции, т.к. в городе Краснодаре существует еще 7 аналогичных клубов, оказывающих схожие услуги. В связи с этим рекламно-информационная работа будет важным элементом, позволяющим произвести «отслойку от конкурентов». Анализ показал, что спортивный клуб обладает конкурентными преимуществами в виде высококвалифицированного тренерского состава, ориентации на широкую аудиторию, диверсификацию услуг и наличия индивидуальных тренировок.

Исследование показало, что в рамках рекламно-информационной работы присутствуют недочеты, заключающиеся в отсутствии фирменного шрифта, отсутствии единой цветовой гаммы, качественной наружной рекламы и сувенирной продукции, отсутствует системный подход к проведению мероприятий по связям с общественностью [1].

В процессе исследования было выявлено, что целевой аудиторией клуба выступают мужчины (76%) и женщины (24%) в возрасте от 25 до 40 лет, на которую может быть направлена рекламно-информационная деятельность. Была определена необходимость диверсификации оказываемых клубом услуг и привлечения возрастных категорий от 20 до 25 лет и старше 40 лет.

Для эффективного развития клуба возможно выбрать такие направления рекламно-информационной работы, как повышение имиджа и узнаваемости благодаря проведению специальных мероприятий и разработки и распространения сувенирной продукции [2].

Согласно подготовленному плану рекламно-информационной работы на 2019 год, это возможно осуществить за счет проведения бесплатных мастер-классов по всем видам тренировок, которые существуют в клубе. В рамках

проводимых специальных мероприятий возможна раздача разработанной сувенирной продукции.

В ходе исследования было определено, что логотип спортивного клуба «Фанат» эффективен и способствует узнаваемости клуба. Он выполнен в красно-черной гамме (фирменные цвета компании), которая вызывает стойкие ассоциации со спортивным клубом.

В рамках исследования было выявлено, что целевая аудитория с одобрением относится к разработанному плану рекламно-информационной работы спортивного клуба, включающей в себя проведение бесплатных мастер-классов. Также в анкету был включен вопрос о том, как относятся представители целевой аудитории к сувенирной продукции и какую сувенирную продукцию они хотели бы получить на бесплатных мастер-классах [3].

Были получены положительные ответы и определен требуемый перечень сувенирной продукции: ручки, блокноты, календари (настенные квартальные и настольные), кружки, брендированные боксерские перчатки, элементы спортивного инвентаря, который используется в клубе, письменные наборы.

При создании проектов и макетов сувенирной продукции были использованы такие редакторы, как Adobe Photoshop, CorelDRAW, которые позволяют подготовить макет для нанесения на сувенирное изделие.

В рамках исследования было выявлено, что для клиентов клуба и целевой аудитории важно, чтобы на сувенирной продукции была размещена следующая информация: фирменная эмблема или логотип, выполненные в фирменном стиле или цвете, адресный блок, также было отмечено такое свойство сувенирной продукции, как качество.

Для производства продукции были составлены технические задания на изготовление разных видов продукции, в котором были учтены результаты проведенного исследования [4].

За текущий 2019 год в спортивном клубе «Фанат» были проведены 5 бесплатных мастер-классов по различным видам тренировок. В рамках мероприятий была реализована сувенирная продукция.

После проведенных мероприятий осуществлено посттестирование, которое показало, что изготовленная сувенирная продукция, во-первых, пользуется спросом, во-вторых, самой востребованной стала сувенирная продукция, выполненная в особых формах, напоминающих спортивное снаряжение.

В результате исследования было определено, что количество клиентов спортивного клуба возросло на 10%. Опрос новых клиентов показал, что ими было принято решение о посещении клуба после участия в бесплатных мастер-классах и получения сувенирной продукции.

#### **Литература:**

1. Муртазина Г.Х. Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте: Учебно- методическое пособие. – Спб., 2018. – 254 с.

2. Селезнева Л.В. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR: Учеб. пособие / Л.В. Селезнева. – М.: Юрайт, 2017. – 159 с.

3. Поляков В.А. Реклама. Разработка и технологии производства. Учебник и практикум / А.В. Поляков, А.А. Романов. – М.: Юрайт, 2019. – 502 с.

4. Крайнов Г.Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR. Учебное пособие / Г.Н. Крайнов. – СПб: Лань, 2018. – 372 с.

5. Еремина Е.А. Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в спортивной индустрии / Е.А. Еремина, И.С. Иванова, А.Ю. Кащеева // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 1. – С. 250-253.

## РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ СПОРТИВНОГО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «СПОРТ ВО БЛАГО»

**А.В. Тонковидова, Е.А. Найденко, Т.М. Хатит**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма» г. Краснодар

***Аннотация.** Разработка рекламной продукции выступает центральным этапом продвижения спортивного благотворительного проекта, который является средством развития благотворительного спорта и центральным звеном деятельности благотворительных фондов. Рекламная продукция служит средством привлечения людей к благотворительной деятельности, нацеленной на поддержание людей с синдромом Дауна.*

***Ключевые слова:** реклама, рекламная продукция, благотворительный фонд, благотворительный спорт, спортивный благотворительный проект, «атлет во благо», люди с синдромом Дауна.*

Благотворительный проект «Спорт во благо» осуществляет свою деятельность посредством взаимодействия с благотворительным фондом «Даунсайд Ап». Фонд содействует людям с синдромом Дауна и их семьям, помогает им жить полноценной жизнью и реализовывать свои возможности и жизненные устремления.

Проект «Спорт во благо» был основан в 2006 году и в тот же году стартовал и в нашей стране. Основная задача и цель данного проекта в поддержке и объединении людей, которые искренне увлечены спортом и готовы помогать людям с синдромом Дауна. Зарегистрированный также и как торговая марка проект работает и в социальных сетях. У него есть свои странички в Инстаграм с 2017 года (количество подписчиков 1402), ВКонтакте и Фейсбуке с 2011 года (количество подписчиков 1436 и 3296 соответственно).

Благотворительный проект поддерживает проведение соревнований и мероприятий, которые могут быть как любительского формата, так и профессионального. Самое важное для этого проекта – сбор средств.

У проекта есть миссия, которая состоит в создании социальной среды, которая является благоприятной по отношению к людям с синдромом Дауна, приглашении людей становиться «атлетами во благо», т.е. заниматься спортом с новым смыслом, давать возможность юридическим лицам, компаниям участвовать в проекте, привлекая к этой работе сотрудников, создать условия и возможности для участия в занятиях спортом детям с синдромом Дауна и, как следствие, расширять благотворительный спорт на региональном уровне, что в настоящее время получается, т.к. в проекте участвуют более 20 регионов РФ.

В рамках благотворительного проекта «Спорт во благо» проводятся такие соревнования, как забег, лыжная гонка, велопробег.

Средства, которые поступают в рамках проекта, направляются детям с синдромом Дауна и их семьям через благотворительный фонд «Даунсайд Ап».

Видами поддержки выступают: «корпоративные команды», «моя команда», «атлет во благо».

Примечательно то, что благотворительный проект «Спорт во благо» стал лауреатом премии «Спортивная Россия-2014» [7].

Рекламная продукция очень важна для реализации благотворительного проекта. При создании рекламной продукции для благотворительного проекта необходимо отразить максимально его идею и специфику. В ходе этого процесса нужно обратить особое внимание и подчеркнуть фирменный стиль благотворительного проекта «Спорт во благо». Заняться разработкой модели/эскиза планируемых рекламных продуктов для благотворительного проекта «Спорт во благо» [1].

Целевой аудиторией для создаваемой рекламной продукции могут быть как потенциальные, так и реальные участники проекта и организаторы.

На этапе разработки рекламной продукции для благотворительного проекта «Спорт во благо» был учтен уже существующий логотип, который получил одобрение у целевой аудитории и вызывал стойкие ассоциации, отражающие миссию проекта.

В связи с этим разрабатываемая рекламная продукция должна была включать и логотип спортивного благотворительного проекта. После изучения специфики проекта были выделены четыре этапа, во время которых могла быть реализована рекламная продукция. На первом этапе «Приглашение принять участие в турнире/забеге» может быть использован такой вид печатной рекламы, как листовка с целью информирования потенциальной целевой аудитории. На втором этапе «Перед началом соревнования» – пресс-волл, отражающий имиджевую составляющую. На третьем этапе «Конец мероприятия/награждение – кружка, как элемент поддержки участников, демонстрация успеха и достижений. На четвертом этапе «На постоянной основе» – визитная карточка, майка, календарь, значок (побуждение потенциальных участников) [2].

В связи с тем, что данный проект предполагает разную степень участия в нем: «атлет во благо», команда для участия в турнире, корпоративная команда (команда от конкретной организации), то для каждого из них требуется свое рекламное средство: «атлет во благо» – майка, команда, собранная для участия в турнире – значок; корпоративная команда – календарь; визитная карточка – бэйдж, как для каждого участника турнира, так и для организаторов мероприятия.

Данные рекламные продукты являются как информационными, так и сувенирными. Кроме них возможна разработка и фирменной грамоты с логотипом благотворительного проекта для победителей соревнований.

Основными цветами разработанной рекламной продукции стали три корпоративных цвета благотворительного проекта «Спорт во благо»: красный, белый, черный.

Белый цвет может стать фоном, шрифт черного цвета, а рисунки, эмблемы должны быть приближены к теплой цветовой гамме, основным в которой должен быть красный цвет, который на логотипе изображает сердце.

На этапе реализации, опираясь на результаты исследований предыдущих этапов, были разработаны рекламные продукты.

Созданные рекламные продукты могут быть использованы организаторами благотворительного проекта «Спорт во благо» при проведении различных спортивных соревнований, так как они отражают специфику и идею проекта [3].

В рамках последнего аналитического этапа создания рекламной продукции для благотворительного проекта «Спорт во благо» можно выделить особенности рекламной продукции для благотворительных проектов: данная рекламная продукция используется в коммерческих целях в исключительных случаях, большая тиражность, рекламная продукция, разработанная для проекта, преимущественно является сувенирной, поэтому она будет отражать имиджевый элемент проекта. Сувенирная продукция должна быть качественной, чтобы данный факт свидетельствовал о надежности и самого проекта и показывал его качественность, статусность [4].

Таким образом, в результате анализа текущей деятельности благотворительного проекта «Спорт во благо» было выявлено, что проект функционирует с 2006 года и зарегистрирован как торговый знак. Данный проект активно представлен в мировой паутине, имеет не только собственный сайт, но и представительства в ведущих социальных сетях и медиа, таких как Инстаграм, ВКонтакте, Фэйсбук, а также имеет большое количество подписчиков.

Изучаемый проект активно развивается, находя поддержку у крупных компаний (ПАО «Сбербанк», «PepsiCo Russia»). «Спорт во благо» продвигает спортсмен Алексей Немов. В рамках данного проекта провозглашается призыв заниматься спортом совместно с детьми, больными синдромом Дауна, достигать высоких достижений в спорте. Разработанные рекламные продукты будут способствовать поддержке текущего положительного имиджа проекта, а также помогут привлечь в его ряды новых добровольцев и «атлетов во благо».

#### **Литература:**

1. Ахмедова А. Сколько денег приносят петербургским благотворительным фондам собственные производства: [Электронный документ] URL [https://www.dp.ru/a/2015/05/02/Loskutnie\\_zarabotki](https://www.dp.ru/a/2015/05/02/Loskutnie_zarabotki) (дата обращения: 16.02.2019).

2. Берхин В. «Ради Главного»: чем отличается хороший благотворительный проект: [Электронный документ] URL [https://www.wsewmeste.ru/professional\\_opinion/members\\_articles/show\\_351/](https://www.wsewmeste.ru/professional_opinion/members_articles/show_351/) (дата обращения: 16.02.2019).

3. Благотворительная деятельность российских императриц [Электронный документ] URL: <https://myldl.ru/news/item/152> (дата обращения: 17.02.2019).

4. Габдрахманова Р.А. Развитие благотворительности в России / Р.А. Габдрахманова // Вестник Казанского государственного энергетического университета. – 2014. – №. 5 – С. 10.

5. Гатаулин Р.М. Имиджевые спортивные проекты и их влияние на систему российской журналистики / Р.М. Гатаулин // Вестник Университета. – 2014. – № 15. – С. 267.

6. Гончарова И. Благотворительная акция: секреты правильной организации [Электронный документ] URL: <http://iamhuman.ru/obshchestvo/2269-blagotvoritelnaya-aktsiya-sekrety-pravilnoj-organizatsii.html> (дата обращения: 16.02.2019).

7. Евлегина А.М. Кризис российского спорта и его влияние на мотивацию спортивного волонтерства / А.М. Евлегина // Успехи современной науки. – 2016. – №7. – С. 153-156.

8. Еремина Е.А. Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в спортивной индустрии / Е.А. Еремина, И.С. Иванова, А.Ю. Кащеева // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 1. – С. 250-253.

## ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ И ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТОВ К СДАЧЕ НОРМАТИВОВ ГТО

М.Ю. Федорова, Н.В. Бочкарникова, О.Ю. Шарова

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», г. Чита

***Аннотация.** Двигательная активность, осуществляемая студентами высших учебных заведений в процессе практических занятий по физической культуре и спорту, имеет огромное значение не только для сохранения и укрепления здоровья, но и для оптимизации физического состояния и физической подготовленности. Установлено, что физическая подготовленность является результатом двигательной активности, обеспечивающей развитие физических качеств и способностей. В статье представлены результаты исследования динамики физической подготовленности студентов ЗабГУ нефизкультурных специальностей. Результаты проведенного исследования указывают на низкий уровень готовности студентов к сдаче нормативов ГТО, что вызывает необходимость совершенствования учебно-воспитательного процесса по физической культуре и спорту с использованием дифференцированного подхода в развитии физических качеств.*

***Ключевые слова:** студенты, физическая подготовленность, ГТО.*

***Введение.** В настоящее время забота о должном уровне физической подготовленности молодежи является одним из приоритетных направлений государственной политики России. При этом многие исследователи отмечают ухудшение состояния здоровья и физической подготовленности подрастающего поколения, связывая это со сложными социально-экономическими условиями [1, 3, 4].*

*Физическая подготовленность у студентов является важнейшим фактором, определяющим состояние здоровья, функциональное состояние и работоспособность в будущей профессиональной деятельности бакалавров и специалистов [6].*

*Повышение уровня физической подготовленности является результатом оптимальной двигательной активности и проявляется в уровне развития физических качеств и способностей, таких как выносливость, сила, быстрота, ловкость, гибкость, скоростно-силовые и координационные способности [2, 5].*

*Мониторинг физической подготовленности студентов высших учебных заведений показывает отрицательное влияние различных факторов, связанных с высокой интенсификацией учебного процесса в вузах, на их здоровье и уровень подготовленности. Одним из факторов повышения уровня физической подготовленности является систематическое тестирование по программе ГТО и подготовка студентов к сдаче нормативов.*

Цель – исследование динамики физической подготовленности у студентов нефизкультурных специальностей и их готовности к сдаче нормативов ГТО.

*Методы и организация исследования.* Для исследования проблем физической подготовленности студентов высших учебных заведений использован метод анализа научно-методической литературы. Метод педагогического тестирования использован для определения показателей физической подготовленности студентов. На основе метода математической статистики произведен расчет показателей физической подготовленности.

Исследование физической подготовленности и готовности студентов к сдаче нормативов комплекса ГТО проводилось с использованием тестовых упражнений VI ступени, разработанных для возрастной группы 18-29 лет.

Исследование проводилось на студентах первого курса нефизкультурных специальностей в начале учебного года. В исследовании приняли участие 100 студентов.

В качестве тестов первокурсникам были предложены четыре обязательных норматива из комплекса ВФСК ГТО: бег на 100 метров (сек), подтягивания из виса на высокой перекладине (количество раз), наклон вперед из положения стоя с прямыми ногами на гимнастической скамье (см), прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см).

*Результаты исследования и их обсуждение.* Анализируя полученные результаты физической подготовленности в начале учебного года, можно констатировать тот факт, что большой процент студентов не справляется с тестовыми заданиями комплекса ГТО (рис. 1). Наибольшее количество студентов, не справившихся с испытаниями, наблюдается в тесте, отражающем силовые способности, – 38%. В подтягивании из виса на высокой перекладине 23% студентов выполнили норматив золотого знака. 27% студентов-первокурсников показали результат, соответствующий нормативу серебряного знака. Норматив бронзового знака выполнили 12% тестируемых студентов.

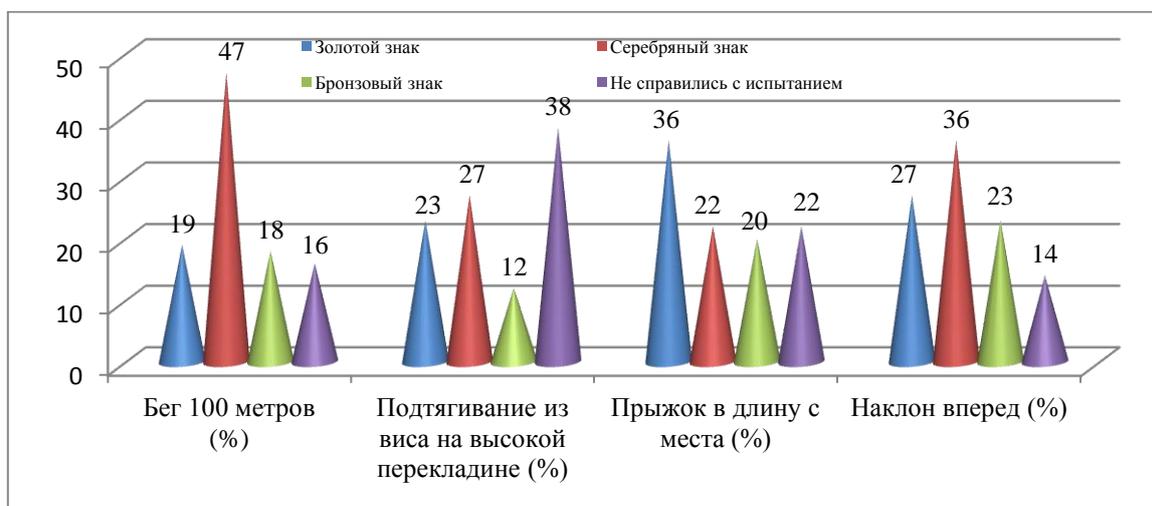


Рисунок 1 – Результаты тестирования физической подготовленности у студентов в начале исследования

По результатам тестирования скоростных способностей норматив золотого знака выполнили 19% студентов, серебряного знака – 47%, бронзового знака – 18%. 16% студентов первого курса не справились с испытанием в беге на 100 метров и не выполнили нормативные показатели.

Рассматривая результаты скоростно-силовых способностей, полученные в начале исследования, можно сказать, что наибольшее количество испытуемых выполнили норматив золотого знака 36%. 22% и 20% студентов выполнили норматив серебряного и бронзового знака соответственно. Не справились с испытанием 22% студентов-первокурсников.

Наименьшее количество испытуемых, которые не выполнили нормативные требования, наблюдается в тестировании гибкости с использованием наклона вперед из положения стоя с прямыми ногами на гимнастической скамье – 14%. В данном тесте студенты-первокурсники показали следующие результаты: на золотой знак – 27%, серебряный знак – 36%, бронзовый знак – 23%.

На основании проведенных исследований появилась возможность изменить планирование учебного материала по физической культуре и спорту и использовать в нем модульный подход. Модульный вариант распределения учебного материала позволяет планировать развитие физических качеств и двигательных способностей в развивающем и поддерживающем режиме. Таким образом, на протяжении учебного года осуществляется поддержание должного уровня физической подготовленности студентов.

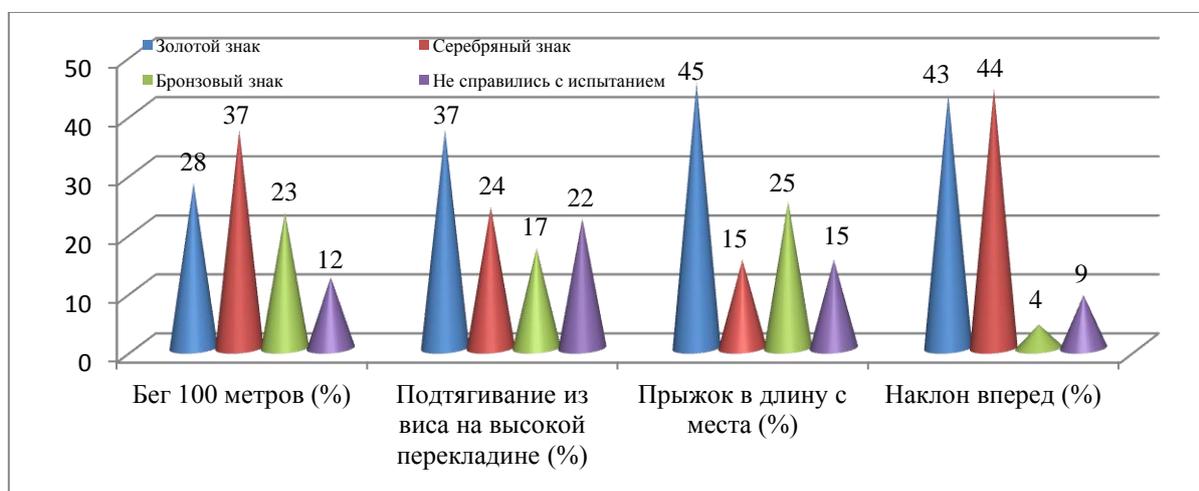


Рисунок 2 – Результаты тестирования физической подготовленности у студентов в конце исследования

Анализ полученных результатов повторного тестирования, которое проводилось в конце учебного года, показал улучшение показателей к концу исследования, которое выражается в уменьшении количества студентов, не справившихся с испытанием, и увеличении количества испытуемых, выполнивших нормативы золотого и серебряного знаков (рис. 2).

В беге на 100 метров, отражающем показатели скоростных способностей, в конце исследования 28% студентов выполнили норматив золотого знака.

Норматив серебряного знака выполнили 37% первокурсников, а бронзового знака 23%. Всего лишь 12% студентов не справились с нормативными требованиями.

В конце исследования просматривается улучшение показателей силовых способностей у студентов первого курса нефизкультурных специальностей. На 16% произошло снижение количества студентов, которые не справились с испытанием. 37% студентов выполнили норматив золотого знака, 24% выполнили норматив серебряного знака и 17% студентов показали результат, соответствующий бронзовому знаку комплекса ГТО.

Исследования скоростно-силовых способностей в конце учебного года показало увеличение количества студентов до 45%, выполнивших норматив золотого знака. Из всех испытуемых 15% студентов выполнили норматив серебряного знака, а 25% показали результат, соответствующий нормативу бронзового знака.

Достаточное увеличение студентов, выполнивших норматив золотого знака, наблюдается в тестировании гибкости 43%. Наименьшее количество испытуемых (9%) не справились с испытанием в наклоне туловища вперед из положения стоя с прямыми ногами на гимнастической скамье. В этом испытании 44% выполнили норматив серебряного знака комплекса ГТО, а 4% показали результат бронзового знака.

Происходящие изменения можно объяснить тем, что в соответствии с рабочей программой по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту» развитие физических качеств и двигательных способностей у студентов происходит в течение всего учебного года.

*Заключение.* Таким образом, проведенное исследование физической подготовленности и готовности студентов первого курса нефизкультурных специальностей показало, что при определении содержания учебных занятий по физической культуре и спорту, направленных на подготовку по определенному виду испытаний ВФСК ГТО, целесообразно комплексно воздействовать на все функциональные системы организма. Комплексные занятия являются наиболее эффективными при подготовке ко всем видам испытаний комплекса ГТО. Комплексы физических упражнений необходимо подбирать не только согласно задачам совершенствования физической подготовленности студентов и практических навыков, которые необходимы для выполнения нормативов комплекса ГТО, но и для восстановления активности, а также снижения усталости и морально-психологической нагрузки обучающихся.

### **Литература:**

1. Бич Ю.Г. Некоторые аспекты исторического и современного опыта внедрения физкультурно-оздоровительных практик на примере комплекса ГТО / Ю.Г. Бич, Т.А. Самсоненко, Т.А. Михайлова // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 3. – С. 62-67.

2. Коляго П.В. К проблеме оптимизации состава тестов физической подготовленности студентов вузов // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2014. – № 3 (25). – С. 83-85.

3. Лебединский В.Ю. Мониторинг физического здоровья – фактор усиления педагогической направленности физического воспитания в непрофильных вузах / В.Ю. Лебединский, М.М. Колокольцев, Л.Ф. Наталевич // Теория и практика физической культуры. – 2014. – № 10. – С. 98-100.

4. Мартынова Е.Ю. Физическое развитие и физическая подготовленность студентов вуза разных функциональных групп здоровья / Е.Ю. Мартынова, М.М. Колокольцев // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 6. – С. 385-392.

5. Семенова Н.В. Гигиенические подходы к оценке физической подготовленности студентов вузов и адаптации их к профессии / Н.В. Семенова, В.А. Ляпин // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – С. 225-231.

6. Тимошина И.Н. Исследование динамики физической подготовленности студентов педагогических и непедagogических специальностей / И.Н. Тимошина, С.В. Богатова // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. – 2015. – № 1 (34). – С. 146-153.

## ОСОБЕННОСТИ СПОРТИВНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

**Ф.Н. Шарикова, Ж.А. Терпелец**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* Дискурсивные исследования вызывают большой интерес у современных лингвистов. С этим связана многозначность и многогранность понятия «дискурс». Цель данной статьи – рассмотреть современную классификацию видов дискурса, определить место рекламного спортивного дискурса в данной типологии, а также выделить специфические черты рекламного спортивного дискурса как одного из разновидностей институционального дискурса.

**Ключевые слова:** дискурс, рекламный дискурс, спортивный дискурс, спортивный рекламный дискурс, институциональный дискурс, прагматика, языкознание, семиотика, социология, психология, философия, этнология, антропология

В настоящее время в лингвистике особое внимание уделяется исследованию дискурса. Ученые, работающие в таких сферах науки, как психология, языкознание, социология, этнография и др., изучают особенности дискурса. Проблемой дискурса занимались Ф. де Соссюр, М. Пеше, из российских ученых это – Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, К.В. Снятков и другие.

Дискурс (фр. discours, англ. discourse, от лат. discursus «бегание взад-вперед; движение, круговорот; беседа, разговор») – речь, процесс языковой деятельности; способ говорения [1]. В данном определении под дискурсом понимаются любые формы речевого взаимодействия между людьми. Однако под дискурсом может пониматься и образ мышления, и идеология, например существуют политический дискурс, дискурс расистов и т.д. Дискурс – это речь и способы ее организации, это система взаимодействия. То есть можно сказать, что это специальный термин, обладающий многозначностью и используемый некоторыми гуманитарными науками, предмет которых прямо или косвенно предполагает функционирование языка, например лингвистика, литературоведение, семиотика, социология, этнология, антропология, а также философия.

С точки зрения лингвистики понятие дискурс понимается разными учеными по-разному. Возможно, это происходит из-за еще недостаточной изученности самого понятия дискурс, его особенностях и характеристиках. Однако ряд исследователей делали и делают попытки определить этот термин, выделяя его отличительные черты. Многие отмечают тот факт, что дискурс можно считать наряду с фонемой, морфемой и предложением тоже единицей языка, но возможно большей по объему, чем предложение. Например, роман,

рассказ, репортаж, СМС, записка – это все виды дискурса. С точки зрения социолингвистики дискурс имеет социальную природу и прочно связан с социальным контекстом функционирования языка. Дискурс – это не только, что и как говорится, но и кем, кому, в какой обстановке. Особое внимание со стороны ученых уделяется изучению структуры дискурса или его единицам, т.е. на что его можно поделить и как они связаны между собой.

Современные лингвисты очень часто подчеркивают родственность терминов дискурс и текст. А к их общим характеристикам относят связность, цельность, в сочетании с прагматическими, экстралингвистическими, социокультурными, психологическими и другими составляющими. Текст, как необходимый компонент, без которого невозможен хороший канал коммуникации, необходимый для плодотворного сотрудничества людей.

Многие лингвисты под дискурсом понимают актуально произнесенный текст, а текстом называют отвлеченную грамматическую структуру произнесенного. Дискурс – понятие, касающееся речи, актуального речевого действия, тогда как текст – понятие, касающееся системы языка или формальных лингвистических знаний, лингвистической компетентности [2].

В.И. Карасик рассматривает дискурс с точки зрения участников общения и разделяет его на институциональный и неинституциональный. При этом он выделяет следующие подвиды дискурса: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, спортивный, религиозный, деловой, рекламный и т.д. Количество данных подвидов может дополняться, в зависимости от того, какие общественные институты функционируют в обществе в определенный исторический промежуток [3].

Также отмечается, что, несмотря на все многообразие термина «дискурс», он все-таки имеет общие закономерности. Во-первых, он может быть устным или письменным. Во-вторых, он может классифицироваться по жанрам (рассказ, интервью, беседа и т.д.), по стилям, связанным с жизнью и деятельностью человека (бытовой, научный, официальный и т.д.).

Ранее отмечалось, что к одному из подвидов институционального дискурса относится рекламный дискурс. Под рекламным дискурсом принято понимать широкое оповещение о свойствах товаров, произведений искусства и услуг в целях привлечения внимания и опроса потребителей.

Характерной особенностью подвидов институционального дискурса является присутствие в них как минимум двух участников – агента и клиента. Это очевидно и для рекламного дискурса, участниками которого являются адресант и адресат рекламы.

Ряд исследователей указывают на тот факт, что институциональные дискурсы могут перекрещиваться или пересекаться, наслаиваться друг на друга. Наглядным примером является пересечение рекламного и спортивного дискурсов, в результате которого образуется сложное и многофункциональное образование под названием спортивный рекламный дискурс.

Спортивная реклама может представлять собой спортивную торговую марку или имидж – рекламу спортивной организации, рекламу спортивной

одежды и обуви, спортивного питания, спортивного оборудования, спортивного мероприятия, спортивного фитнес-центра и т.д.

Целью спортивного рекламного дискурса является привлечение потенциального потребителя посредством описывания преимущества того или иного спортивного товара.

Следует отметить, что спортивный рекламный дискурс можно исследовать и с точки зрения прагматики, поскольку в нем реализуются конкретные коммуникативные стратегии и задачи. Прагматика исследует условия общения коммуникантов. При этом, чтобы организовать правильный процесс коммуникации, необходима определенная слаженность в общении между коммуникантами.

Спортивная реклама представляет собой вербально-визуальный текст, главной коммуникативной целью которого является убеждение клиента в необходимости приобретения или использования тех или иных спортивных товаров и услуг.

Следует отметить, что важным компонентом спортивного рекламного дискурса является именно текст, поскольку именно он призван создавать благоприятный имидж рекламируемого товара и предоставить покупателю полную информацию о рекламируемом продукте. В качестве примеров таких текстов можно привести статьи в журналах, газетах, брошюрах, тексты для радиороликов или видеопрограмм, рекламные объявления на карточках товара в интернет-магазинах и в спортивных магазинах, а также описание спортивного товара на его упаковке.

Существует несколько различных классификаций рекламных текстов. Можно разделить рекламные объявления на информативные, престижные, разъяснительные и напоминающие.

Язык спортивных рекламных текстов выделяется на фоне других функциональных образований, которые можно отнести к массовой информации применяемых в системах коммуникации. Основная цель рекламы заключается в оповещении возможных и реальных покупателей о преимуществах определенного продукта, идеи или услуг. Рекламный текст должен воздействовать на сознание конкретного человека, настойчиво призывая его совершить, посетить представление или заказать какую-либо услугу.

Особенность рекламного языка заключается в том, что вербальная информация всегда дополняется другими факторами:

- зрительным рядом (реклама, напечатанная в газетах, журналах, плакатах и афишах);
- звуковым сопровождением (включает в себя рекламные объявления по радио и телевидению).

В спортивных рекламных объявлениях активно применяется синонимия, возможны словосочетания, превышающие общезыковые нормативы. Широко используется полисемия и короткие фразы, несущие большую информативную нагрузку. В некоторых случаях одно слово в рекламе может заменять собой небольшой текст.

В конце хотелось бы отметить, что важным аспектом данного исследования является определенный интерес ряда ученых к спортивному рекламному тексту как особому виду текста. Следует подчеркнуть, что в современном обществе он представляет интерес как для лингвистов, языковедов, но также и для разработчиков спортивной рекламы.

#### **Литература:**

1. Арутюнова Н.Д. Прагматика // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М., 1990. – 136 с.
2. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989. – 124 с.
3. Карасик В.И. О типах дискурса [Текст]/ В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – 5-20 с.

## ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЭКСКУРСИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ИНДУСТРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

А.А. Юрченко, Ю.Б. Рагер

СКФ «Российский государственный университет правосудия», г. Краснодар  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры,  
спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В данной статье проанализирована структура пищевой промышленности Краснодарского края, ее ведущие отрасли, их потенциал для развития промышленного туризма в регионе. Приведены примеры предприятий, ведущих экскурсионную деятельность на производстве. Рассмотрена значимость проведения индустриальных тематических экскурсий.*

***Ключевые слова:** индустриальный или промышленный туризм, структура пищевой промышленности, Краснодарский край, организация экскурсионной деятельности.*

Рассматривая перспективы развития промышленного или индустриального туризма в Краснодарском крае, можно отметить, что он один из самых перспективных, прибыльных видов туристской деятельности и обещает стать трендом в самое ближайшее время. Однако на данный момент слабо набирает свои обороты, хотя регион имеет огромный потенциал для развития промышленного туризма в связи с аграрной направленностью структуры производства. Краснодарский край не раз возглавлял и возглавляет рейтинги инвестиционной привлекательности регионов России [4]. Если говорить о промышленном туризме, то не стоит забывать и об отечественном его развитии. В СССР экскурсии на предприятия были совершенно обычным занятием и ездили на них все, от детей до взрослых. Какое-то время эта традиция была утеряна, но сейчас вновь набирает популярность. Как отмечают специалисты в этой области, наш край очень привлекателен для туристов, следовательно, есть потенциальные потребители для развития промышленного туризма. Однако проблема существует в развитии и продвижении этого вида направления, так как некоторые компании не хотят проводить на своих предприятиях экскурсии или с опаской приглашают к себе гостей, в отличие от европейских стран. Экскурсии на производство могут быть:

1. Обзорными (знакомство с деятельностью предприятия, его спецификой).
2. Тематическими (знакомство с технологическим процессом, выпускаемой продукцией, беседы с сотрудниками предприятия, знакомство с будущей профессией, а также с формами подготовки кадров).

3. Профессиографическими (в ходе выездного занятия происходит знакомство с другой профессией, возможностью совмещения работы с учебой и т.д.) [5, 6].

Производственные экскурсии может организовать на предприятии ведущий преподаватель дисциплины или осуществлять через бюро путешествий и экскурсий, которые представляют перечень предприятий, представляющих интерес для экскурсантов.

Промышленный туризм предполагает посещение и знакомство с технологиями и процессами производства, одновременно выполняя очень важные функции – популяризация производимой продукции, профориентационная работа и возможности роста экономической составляющей производственного предприятия [1, 3, 7].

Как было отмечено выше, Краснодарский край – это один из важнейших сельскохозяйственных регионов страны, а агропромышленный сектор является лидером в структуре промышленного производства Кубани. В структуре АПК функционируют 16 сахарных заводов; 10 предприятий по производству плодоовощных и 7 – рыбных консервов; 42 молочных, 23 мясоперерабатывающих и 7 масложировых комбинатов; 2 чайные и 2 табачные фабрики; 11 винозаводов; 4 спиртзавода; свыше 1000 малых цехов в подсобных хозяйствах (рис. 1).

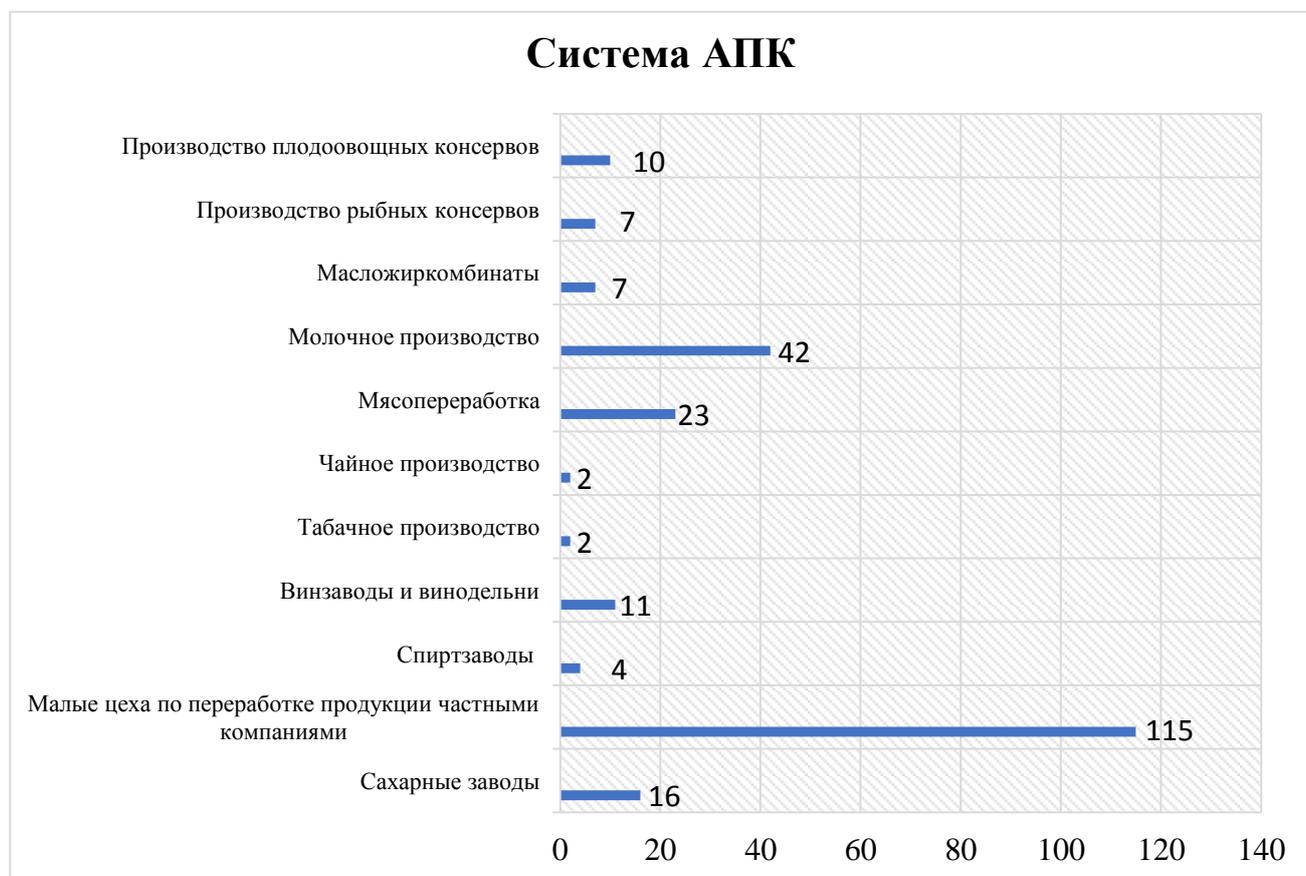


Рисунок 1 – Структура агропромышленного комплекса Кубани

Промышленные отрасли имеют для Кубани и России особое экономическое значение – курортный и туристский комплексы, агропромышленные предприятия, транспортная составляющая. Помимо прочего развиты энергетические, строительные, коммуникационные технологии. Большим преимуществом края можно назвать высокую степень концентрации предприятий в нескольких центрах: Краснодар, Новороссийск, Горячий Ключ, Ейск, Армавир, Туапсе, Тихорецк и др. Одну из ведущих отраслей в промышленном комплексе Кубани занимает пищевая промышленность (табл. 1).

Таблица 1 – Крупные предприятия пищевой индустрии Кубани

Кондитерское производство	Мясная промышленность	Молочная промышленность	Рыбная отрасль
ООО «Сладкоежка», ст. Тбилисская	Мясокомбинат «Тихорецкий», г. Тихорецк	ОАО «Тимашевский молочный комбинат», г. Тимашевск	ООО «Рыбартель Первое Мая», ст. Гривенская
ООО «Галан», г. Курганинск	Мясокомбинат «Сочинский», г. Сочи	филиал «Сыродел» ЗАО «СК «Ленинградский», ст. Староминская	ООО «РАМ», г. Анапа
ООО «Чудо – Печка», ст. Динская	Мясокомбинат «Краснодарский», г. Краснодар	Сырный комбинат ООО «Калининский», ст. Калининская	ООО «Рыбпром», г. Славянск-на-Кубани
Кондитерский комбинат ООО «Кубань», г. Тимашевск	ООО «Тихорецкий бекон», г. Тихорецк	ООО АФ «Приволье», г. Славянск-на-Кубани	Рыбколхоз им. А.И. Хвалюна, ст. Тамань
Кондитерская фабрика ООО «Метрополис», г. Армавир	ООО Мясокомбинат «Каневской», ст. Каневская	ЗАО «Кореновский молочно-консервный комбинат», г. Кореновск	ООО «АЗОВ ТРЭЙД», г. Приморско-Ахтарск
«Южный ассортимент», г. Краснодар	АО Агрокомплекс им. Н.И. Ткачева, ст. Выселки	ЗАО «Тбилисский маслосырзавод», ст. Тбилисская	Рыбзавод ЗАО «Ачужевский», г. Славянск-на-Кубани
ООО «Кондитерская фабрика «Оранжевый», х. Октябрьский	ЗАО «Племзавод «Русь», п. Спокойная	ООО «Калория», ст. Стародеревянковская	Рыболовецкая агрофирма «Бейсуг», г. Ейск
ООО «Био-Веста Юг», г. Новокубанск	АО «Племзавод «Гулькевичский», г. Гулькевичи	ОАО «Грест «Южный сахар», ст. Ленинградская	ООО «Темрюкский осетровый завод», г. Темрюк

В качестве положительных результатов развития индустриального туризма можно выделить следующее:

во-первых, это широкая популяризация профессий, связанных с данным производством, средством образования и воспитания, формирования у них ярких образов, способствующих более прочному усвоению научных основ производства, а также появление профессиональной базы практик для соответствующих профильных учебных заведений, которых в Краснодарском крае достаточно много. Это возрождение среди обучающейся молодежи авторитета рабочих профессий, формирование и четкая мотивация того, кем и на каких предприятиях молодые люди будут трудиться после окончания средних профессиональных и высших учебных заведений;

во-вторых, одно из главных проблем современного рынка продовольственных товаров является растущее недоверие со стороны потребителей к качеству, прежде всего, пищевой продукции. Посещая предприятия, туристы как потенциальные покупатели знакомятся с производственным процессом и воочию убеждаются в его высоком качестве. Как следствие этого будет неуклонно расти спрос на выпускаемую продукцию данного предприятия;

в-третьих, эффективность любого предприятия является важнейшим условием его развития, а в конкурентной среде она позволяет опережать своих оппонентов. Немаловажным в связи с этим является тот факт, что экскурсионная деятельность приносит прибыль и во многих случаях значительную, создавая отдельное направление деятельности предприятия, приносящее доход и его рентабельность [2].

На федеральном уровне для решения поставленных вопросов по развитию индустриального туризма в крае создали совет по этому направлению и содействию создания в правовом поле этого вида деятельности. В Министерстве курортов, туризма и олимпийского наследия уже создан Реестр субъектов и объектов туристской индустрии и туристских ресурсов Краснодарского края и ведется активная разработка более десятка таких направлений.

В качестве примера развития экскурсионной деятельности на промышленных предприятиях Кубани рассмотрим некоторых их них, которые отражают общую специфику и тенденции развития туристской деятельности в данной сфере.

1. Общество с ограниченной ответственностью «ГАЛАН», зарегистрировано в г. Курганинске. Основной вид деятельности – производство шоколада и сахаристых кондитерских изделий. Предприятие с целью продвижения своего бренда и профориентации учащихся школ и обучающихся средних профессиональных и высших учебных заведений организует экскурсии. По поручению главы муниципального образования А.Н. Ворушилина организованы экскурсии по предприятию бесплатно. Экскурсантам представляется возможность познакомиться с новыми

разработками, технологиями и определенными процессами производства. Желающие могут продегустировать выпускаемую продукцию.

2. Общество с ограниченной ответственностью «Кондитерский комбинат «Кубань» (г. Тимашевск). Основной вид деятельности – Производство вафель, печенья и конфет. Администрация комбината приглашает всех желающих посетить «вкусное» производство. Каждую неделю организуются и реализуются школьные туры и экскурсии туристскими фирмами г. Краснодара «Селена», «Таурас tour». Для более подробного знакомства с выпускаемой продукцией можно в социальных сетях: WhatsApp/Viber, OK.ru. Экскурсии на ООО «Кубань» проводятся для школьников и обучающихся высших учебных заведений. Здесь можно все попробовать в неограниченном количестве прямо с конвейера. Продолжительность экскурсии 1,5 часа. Программа предусматривает просмотр фильма (25 мин.), инструктаж по технике безопасности (25 мин.), осмотр трех производственных цехов (40 мин.). Желающие могут фотографироваться. При раннем бронировании тура предоставляется скидка 5%, есть льготы для пенсионеров, инвалидов и многодетных семей. Самое интересное – каждому участнику по завершении экскурсии вручается презент.

Кондитерская фабрика на регулярной основе участвует в международных конференциях «Кондитерские изделия XXI века»; является участником выставок в ЦВК «Экспоцентр» продуктов питания, напитков в Москве, агропромышленной выставки «Кубанская ярмарка» (выставочный комплекс «Экспоград Юг»). Для продвижения своей продукции проводит дегустацию в Гипермаркете АШАН-Аксай (г. Ростов-на-Дону). Задача руководства комбината – как можно больше привлечь внимание к кубанским кондитерским изделиям, а у обучающихся вызвать интерес к будущей профессии.

3. Общество с ограниченной ответственностью «КАЛОРИЯ» (ст. Стародеревянковская). Основной вид деятельности – производство питьевого молока и питьевых сливок. На данном предприятии регулярно проводятся экскурсии для обучающихся средних и высших учебных заведений с целью реализации плана профориентационной работы, а также с воспитанниками кубанских учреждений для несовершеннолетних. Экскурсанты могут посмотреть видеоролик об истории и развитии фирмы, о технологии производства молочных продуктов и ее реализации. Сотрудниками фирмы разрешается попробовать выпускаемую продукцию: сметану, йогурт, кефир и др. Познакомиться с продукцией фирмы ООО «Калория» можно в социальных сетях: ВКонтакте, Фейсбуке, WhatsApp.

4. Общество с ограниченной ответственностью «Темрюкский осетровый завод» (г. Темрюк). Основной вид деятельности – восстановление популяции осетровых пород в Азовском море. Это второе по величине рыбное хозяйство Кубани, занимающееся разведением ценных пород рыб. Завод представляет собой целый комплекс гидрологических и гидротехнических сооружений. Опытные гиды-экскурсоводы познакомят туристов с полным циклом воспроизводства осетровых пород (40 мин.). Помимо увлекательной экскурсии по заводу предполагается и путешествие по реке Кубань (1 ч. 20 мин.), где можно

познакомиться с фауной дельты реки. Все экскурсии по осетровому заводу проводятся по предварительному заказу по телефону или электронной почте [otdich23@mail.ru](mailto:otdich23@mail.ru).

Таким образом, промышленный туризм является одним из наиболее перспективных направлений развития туризма в нашей стране в целом и в Краснодарском крае в частности. Для этого имеются все необходимые ресурсы и условия: развитые пищевые отрасли, наличие туробъектов, инфраструктура, кадры-экскурсоводы и работники туротрасли. Для его развития не потребуется значительных финансовых ресурсов, в то же время эффективность высокая. Туристские компании и промышленные предприятия могут быть полезными друг другу, так как в ходе синергии повышается привлекательность индустриальных объектов, их узнаваемость, осуществляется профориентационная работа для подростков и молодежи, а самое главное повышается конкурентоспособность, улучшается экономическая составляющая предприятия.

#### **Литература:**

1. Заднепровская Н.И. Развитие экскурсионной деятельности на промышленных предприятиях Кубани / Н.И. Заднепровская, А.П. Горбунова, Е.Л. Заднепровская // Актуальные проблемы правового, экономического и социально-психологического знания: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 111-114.

2. Заднепровская Е.Л. Состояние и перспективы развития промышленного туризма в Краснодарском крае / Е.Л. Заднепровская, А.А. Юрченко // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-3(76). – С. 480-483.

3. Печеницина В.Н. Комплекс маркетинговых коммуникаций туристского предприятия в Интернет / В.Н. Печеницина, О.В. Шпырня // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития; материалы VI Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 340-342.

4. Региональные особенности развития туризма в Краснодарском крае: коллективная монография / Под общ. ред. В.Г. Минченко. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – 290 с.

5. Сутормин Н.О. Кубань: промышленные экскурсии для школьников / Н.О. Сутормин, Е.Л. Заднепровская // Тезисы докладов XIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа (01 февраля – 31 марта 2018 г.). – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – С. 289-290.

6. Шпырня О.В. Перспективы использования Internet в продвижении регионального туристского продукта // Региональный туризм-2010: Сборник научных статей: в 2 частях. Министерство молодежной политики, спорта и туризма Республики Башкортостан; Уральский государственный университет физической культуры, Башкирский институт физической культуры - филиал, факультет социально-культурного сервиса и туризма. – 2010. – С. 114-118.

7. Заднепровская Е.Л. Проблемы брендинга территорий / Е.Л. Заднепровская // Актуальные проблемы гуманитарного, психологического и социально-экономического знания: теория и практика: материалы Республиканской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (18 мая 2016 г.). – Донецк: ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия», 2016. – 241-244.

## ОРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ МНОГОНАЦИОНАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

С.Ю. Юсеф Амро, О.О. Айвазян

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В статье раскрываются особенности ораторского искусства как эффективного механизма коммуникативного взаимодействия в современном многонациональном обществе.

*Ключевые слова:* искусство, публичное, выступление, речь, знания, деятельность, основы, приемы, этика, история, аудитория, внимание, цели, способности.

Ораторское искусство – это мастерство убеждения, влияния на публику. Оно включает в себя красноречие, актерские навыки и психологические приемы. Особенности такой сферы изучаются риторикой.

Учения об ораторстве взяли свое начало еще в Древней Греции. Они развивались и в других античных государствах – Индии, Египте, Китае.

В рамках ораторского искусства одной из основополагающих работ была «Риторика», созданная древнегреческим философом Аристотелем ок. 355 г. до н.э. [1]. В содержании данного научного труда было раскрыто понятие «Риторика», которое заключается в возможности находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета [3].

Многие профессии людей, что связаны с постоянным произношением речей, не могут обойтись без знания особого вида науки, как искусство красноречия. Можно смело утверждать, что ораторство наиважнейший рычаг культуры. Зная основы ораторского искусства, добиваются успеха в построении своей карьеры.

Публичное выступление сегодня рассматривают как своеобразное направление в науке и искусстве, ведь оно способно воздействовать как на ощущения, так и на мысли человека, менять его мировоззрение. Такое понятие, как ораторское искусство, признают направлением творческой деятельности публичного выступления, в котором наилучшим образом сочетаются как риторика, так и приемы актерского мастерства и психологические техники, способствующие убеждению.

Каждый попадал в ситуации, когда для убеждения в своей позиции только слов недостаточно. Основы красноречия в таких ситуациях играют важную роль при достижении цели или доказательстве правильности своей позиции. Сегодня искусство убеждения играет важную роль. Под ораторским

искусством понимают вид диалога, который обращается к группе слушателей с четкой целью убедить и дать определенное понятие указанной проблемы.

Ораторская речь – необходимый навык, который можно развить, натренировать и постоянно совершенствовать. Умение красиво и правильно доносить свою мысль может пригодиться в любой ситуации. Настоящие ораторы могут рассуждать на любые темы и аудитория готова слушать их часами.

Первое внимание искусству ораторства начали уделять еще в античной Древней Греции. История ораторского искусства возникла намного раньше. Но именно жители Эллады придавали такому искусству значение и определенное понятие. Чтобы добиться правильной и интересной для собеседника постановки речи многие философы использовали различные приемы.

Все достижения в искусстве ораторства древности переняли теоретики средневековья. Для завоевания внимания и любви публики они использовали различные приемы, среди которых:

1. Расположение;
2. Нахождение;
3. Запоминание.

Среди великих ораторов этого времени значатся Мартин Лютер, Фома Аквинский, Пьер Абеляр. Их цитаты и высказывания остались в истории и актуальны и сегодня.

История ораторского искусства имеет особые черты в каждом из государств. Иногда красноречие было направлено на достижение особых целей, убеждение.

В основе современного ораторского искусства лежат дисциплины. Это философия, психология, лингвистика, эстетика, риторика, этика. Они между собой тесно связаны. Четкая связь прослеживается в трио риторика-грамматика-логика:

1. Знание риторики дает связность и последовательность мыслей в речи;
2. Грамматика проявляется в правильном использовании слов и их форм;
3. Логика обеспечивает основательность и смысловую связность речи.

Современное учение ораторского искусства воспринимается как отдельная наука и классифицирует ее по признакам и подразумевает проявления и формы. Некоторые разделяют устные речи на монологические и диалогические речи, а некоторые подразделяют такое искусство на эмоциональные и рациональные выступления.

Существует классификация на роды и виды ораторского искусства в зависимости от сфер деятельности, в которой оно применяется. Каждая такая категория объединяет разные стили и виды речи, в зависимости от того, в какой сфере жизни оно будет использовано.

Красноречие подразделяется на:

1. Социально-политическое красноречие, которое включает политические и дипломатические речи, доклады, что связаны с политикой, экономикой и социальной жизнью общества.

2. Академическое красноречие. В эту группу входят лекции, доклады и сообщения, которые разработаны для донесения слушателям познавательной и научной информации. Презентация научных работ выдерживается в определенном стиле.

3. Судебное красноречие представляет обвинительную и судебную речь. Такого типа ораторское искусство юриста залог его успешной карьеры.

4. Социально-бытовое ораторское искусство включает поздравительные, юбилейные или поминальные речи.

5. Богословно-церковное искусство представлено проповедями в соборах и церквях.

Таким образом, ораторское искусство это сложный интеллектуально-эмоциональный творческий процесс коммуникативного воздействия. Анализируя все вышесказанное, можно отметить, что без предварительной и трудоемкой подготовки невозможно достичь успеха как оратора. Важным является умение творчески подходить к процессу подготовки, навыку применять природные данные и индивидуальные возможности. Таким образом, верно утверждение Аристотеля «Слово – самое сильное оружие человека» [2].

#### **Литература:**

1. Аристотель. Риторика. – 2-е. изд. / пер. О.П. Цыбенко. – М.: Лабиринт, 2007. – 256 с.

2. Aivazyan O.O. The formation of communicative-and-speech abilities and skills of students as one of the main problems of the development of personality / O.O. Aivazyan // Japanese Educational and Scientific Review. – Tokyo University Press. – No.1. (9). – Volume XI. – 2015. – pp. 471-475.

3. Shkhatpatseva M.Kh., Ayvazyan O.O. Features of formation and functioning communicatively-speech skills of future lawyers in modern multicultural space / M.Kh. Shkhatpatseva, O.O. Ayvazyan // East European Scientific Journal. – Warsaw, Poland. – №10. – part 1. – 2016. – pp. 93-97.

## РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ КАК КОМПОНЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕННОМ УСТРОЙСТВЕ

Якуб Юссеф, О.О. Айвазян

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В статье раскрывается тема особенностей речевого этикета в современном социокультурном обществе. Изучается проблема правил речевого этикета в современном обществе, а также выявляются формулы речевого этикета.

*Ключевые слова:* речевой этикет, речь, культура речи, общение, общество.

В российском обществе, как в любой другой культуре мира, есть определенные тонкости и особенности речевого этикета. Да, их не так уж и мало. Однако знание правил поведения в различных речевых ситуациях поможет блестяще выстраивать выступление, вести переговоры, проводить личные беседы. Также знание правил и норм речевого этикета позволяет договариваться и избегать различных казусных ситуаций, которые могут поставить под сомнение репутацию.

Сущность речевого этикета заключается в умении общаться вежливо и тактично. Если в повседневной жизни постоянно пользоваться правилами речевого этикета, то без труда можно выстроить хорошие отношения с коллегами, соседями, родственниками, партнерами, друзьями и т. д.

Речевая культура поведения – это не только свод определенных норм. Это еще и повседневное общение. В некотором роде это также лакмусовая бумага, позволяющая при первом общении определить то, насколько грамотен человек, вежлив, тактичен. Уровень речевого этикета помогает оценить социальный статус и уровень развития человека.

Невзирая на то, что в каждой стране, в любой культуре действуют свои правила, которые и помогают понять, что это за человек, очень сложно обозначить все правила этикета речи – так их много.

Целью данной статьи является рассмотрение вопроса о роли речевого этикета в современном обществе. Для достижения поставленной цели в статье, прежде всего, представляется общая характеристика самого понятия «речевой этикет», а также определяется его содержание и функции.

Речь – вид коммуникативной деятельности человека, исторически сложившаяся форма общения людей в процессе становления речевой этики и культуры. Речь является самым универсальным средством общения, поскольку

в передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл и коммуникативные цели и задачи [1, с. 125].

Речевой этикет – это система правил речевого поведения, нормы использования средств языка в определенных условиях. Этикет речевого общения играет важную роль для успешной деятельности человека в обществе, его личностного и профессионального роста, построения крепких семейных и дружеских отношений. Для овладения этикетом речевого общения требуются знания из различных гуманитарных областей: лингвистики, истории, культурологии, психологии.

Особенности речевого этикета:

1. В русском этикете отсутствуют нейтральные по социальному статусу личные обращения. После революции были утеряны универсальные «сударь» и «сударыня», а с окончанием коммунистической эпохи уравнивающее «товарищ». Теперь эти обращения либо выглядят вычурно и старомодно, либо имеют идеологическую окраску. Сейчас при взаимодействии с незнакомыми людьми по этикету используют безличные формы построения фраз.

2. Русский речевой этикет уникален использованием имени и отчества в знак уважения к собеседнику. Аналогов этого обращения в других языках мало. Уменьшительные формы имен употребляют, подчеркивая близкую или родственную связь.

3. По речевому этикету России принято использовать местоимение множественного числа в официальном общении. Это способ подчеркнуть значимость собеседника или укрепить личные границы. Переход на «ты» происходит при возникновении близости или общности между людьми.

Особенности речевого этикета заключаются в ряде языковых и социальных свойств:

1. Неизбежность выполнения этикетных форм означает, что если человек хочет быть полноценной частью общества (группы людей), то ему необходимо соблюдать общепринятые нормы поведения. В противном случае социум может его отвергнуть – люди не захотят с ним общаться, поддерживать близкий контакт.

2. Речевой этикет – это общественная вежливость. Всегда лестно общаться с воспитанным человеком, а особенно приятно отвечать взаимным «добрым» словом. Нередки случаи, когда люди друг другу неприятны, но попали в один коллектив. Здесь-то и выручит речевой этикет, ведь всем людям хочется комфортного общения без бранных слов и резких выражений.

3. Необходимость соблюдения речевых формул. Речевое действие культурного человека не может обойтись без последовательности этапов. Начало разговора всегда начинается с приветствия, далее идет основная часть – беседа. Заканчивается диалог прощанием и никак иначе.

4. Сглаживание конфликтов и конфликтных ситуаций. Вовремя сказанное «простите» или «извините» поможет избежать ненужных конфликтов.

5. Способность показать уровень отношений между собеседниками. Для людей близкого круга, как правило, используются более теплые слова

приветствия и общения в целом («Привет», «Как я рад тебя видеть» и т. д. ). Малоознакомые же просто придерживаются «официоза» («Здравствуйте», «Добрый день»).

Манера общения с людьми всегда является прямым показателем уровня воспитанности человека. Чтобы стать достойным членом общества, необходимо формировать в себе коммуникативные навыки, без которых в современном мире будет очень тяжело.

Правила речевого этикета в процессе коммуникативного взаимодействия:

– запрещающие – правила поведения в закрытой системе коммуникации (в организации, в семье, в коллективе и др.);

– рекомендательные – правила речевого общения в открытой системе коммуникации (в обществе, на культурных мероприятиях и др.).

Под стартовыми формулами можно отметить:

- приветствовать собеседника правильно и в соответствии с ситуацией;
- обязательно прощаться;
- благодарить за предложенную помощь;
- извиняться.

Такие нормы многие усвоили в раннем возрасте. Но с годами человек вырабатывает собственные правила речевого этикета, которым и стремится следовать неукоснительно. В чем это выражается? Совсем не в том, что взрослые могут нагрубить собеседнику или произнести нехорошее слово. Совсем не так!

С приобретением опыта человек учится вежливо поддерживать разговор даже при том условии, что он мало знаком с темой.

Тут важно резко не прерывать беседу и не отказываться от нее. Это некультурно! Также с годами люди учатся грамотно и корректно высказывать свою точку зрения. Даже если она не совпадает с общепринятыми мерками, важно донести ее вежливо.

Таким образом, приходим к выводу о том, что навыки речевого этикета позволяют повысить авторитет, влияющий на суждения окружающих, вызывают доверие и уважение. Знания норм и требований, предъявляемых к речевому этикету, влияет на самооценку и уверенность в своей исключительности.

Итак, слово – очень сильное оружие, которым нужно правильно пользоваться. Недаром К.Д. Ушинский сказал: «...Каждое слово языка, каждая его форма есть результат мысли и чувства человека, через которые отразилась в слове природа страны и история народа».

### **Литература:**

1. Айвазян О.О. Специфика развития навыков построения судебной речи как фактора формирования коммуникативной культуры будущих специалистов права в современной социокультурной реальности // ГЭНЖ: Образовательные науки и психология. – 2016. – №. 5(42). – С. 71-73.

2. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия. – М., 2011. – 19 с.

3. Формановская Н.И. Культура общения и речевого поведения / Н.И. Формановская. – М.: ИКАР, 2010. – 240 с.

## РОЛЬ РОДИТЕЛЕЙ В ОПРЕДЕЛЕНИИ ДЕТЕЙ К ЗАНЯТИЯМ СПОРТОМ

Л.А. Якимова, О.О. Захарова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В настоящей статье рассматривается проблема отношений родителей и педагогов. Особую актуальность она приобретает, когда речь заходит о взаимодействии родителей и тренеров при воспитании юных спортсменов. Исследование посвящено выявлению уровня взаимодействия тренера, акробатов и их родителей, занимающихся в группах начальной подготовки.*

***Ключевые слова:** спортивная акробатика, спортивная школа, начальная подготовка, родительское собрание, соревнования, взаимодействие.*

Последнее время успех подготовки спортсменов зависит не только от состоятельности тренера-преподавателя по виду спорта, но и от того, насколько готовы к процессу посещения спортивных занятий детьми их родители. Под взаимодействием понимают не только влияние людей друг на друга, но и непосредственную организацию их совместных действий, позволяющую группе реализовывать общую для ее членов деятельность.

Изучив научно-исследовательские данные и имеющиеся в литературе подтвержденные практикой факты, мы выяснили, что успех в спортивной карьере ребенка зависит от взаимоотношений тренера, родителей и спортсменов [1, 3]. В связи с этим, целью нашего исследования стало изучение мнений родителей юных спортсменов, занимающихся в группе начальной подготовки по спортивной акробатике, о роли семьи в определении детей к занятиям спортом.

Задачи исследования: изучить теоретический аспект состояния вопросов о роли родителей в определении детей к занятиям спортом, изучить мнения родителей и выявить общую тенденцию развития интереса коллектива к занятиям спортом.

Объект исследования – педагогический процесс взаимодействия тренера, акробатов и их родителей, занимающихся в группах начальной подготовки.

Предмет исследования – влияние родителей на мотивацию детей как средство повышения их двигательной активности.

В исследовании приняло участие 80 родителей, дети которых поступили в группы начальной подготовки на базу МБУ СШ №3 МО «Тахтамукайский район» в сентябре 2018 года. На родительском собрании группы было проведено анкетирование по вопросам, касающимся взаимодействия тренера, родителей и детей, а также о готовности родителей принимать активное

участие в спортивном воспитании подрастающего поколения. Результаты исследования таковы.

Большинство опрошенных родителей (90%) сформулировали цель посещения спортивной школы следующим образом: «Хочу, чтоб мой ребенок вел здоровый образ жизни, не имел вредных привычек и был бодр каждый день», лишь несколько опрошенных (10%) заявили, что возлагают на ребенка большие надежды, готовы всеми силами помогать и идти навстречу ребенку и тренеру для достижения высоких спортивных результатов.

На вопрос о видах домашней физической активности и о необходимости оздоровления детей большинство (40%) решили, что лучшей формой совместной активности являются пробежки по утрам, закаливание и зарядка. Но были и уникальные ответы. Некоторые родители предпочитают необычные формы физической активности, любят использовать современный инвентарь, а именно занимаются лыжной подготовкой и считают этот навык необходимым в современном мире.

Выбор спортивной школы в основном был обусловлен территориальным расположением, а также квалификацией и спортивными достижениями тренера.

Все родители положительно отреагировали на вопрос о родительских собраниях, многие (60%) считают необходимым взаимодействие тренера и родителей для достижения общей цели оздоровления и спортивных результатов, а также предпочитают проводить собрания не реже двух раз в год.

Вопрос о выборе вида спорта ввел родителей в заблуждение. Многие (55%) затруднялись описать специфику избранного вида спорта, ответили, что руководствовались предпочтениями ребенка, обратили внимание на его прыгучесть, гибкость.

Подводя итог, можно сделать вывод, что, начиная с первых занятий, тренер много внимания уделяет работе с родителями, побуждает их к приобретению спортивного инвентаря, спортивной формы для детей, повышению двигательной активности учащихся. Чтобы помочь своим детям, родители должны знать все необходимое о физической культуре и об избранном виде спорта [4].

Работа тренера и администрации учреждений спортивной направленности должна быть направлена на привлечение родителей к участию в жизни своих детей. На первом родительском собрании целесообразно объяснить родителям, что одним из эффективных средств повышения уровня физической подготовки, укрепления здоровья, улучшения работоспособности являются домашние задания, о том, что регулярные занятия физическими упражнениями имеют большое профилактическое и лечебное значение [2].

Совместная деятельность детей, родителей и тренеров может быть успешной, если: дети, родители, тренеры положительно настроены на совместную работу, желают действовать сообща, осознают ее цели и находят в ней личностный смысл; осуществляется совместное планирование, организация и проведение итогов деятельности; с учетом желания и возможностей участников работы распределены роли, функции, сферы деятельности;

создаются ситуации свободного выбора участниками различных видов, способов, форм и своей позиции в совместной работе; отсутствует навязывание, давление на детей и родителей. Стиль работы тренера способствует самореализации и самовыражению спортсменов.

Таким образом, комплексный результат работы тренер-родитель-спортсмен должен привести к повышению массовой посещаемости занятий спортом, стремлению будущих спортсменов к высоким достижениям.

#### **Литература:**

1. Анцупов Е. А. Типовая программа по спортивной акробатике / Е.А. Анцупов, Г.С. Филимонова. – Москва; Советский спорт, 1991. – 123 с.

2. Баканенкова Л.И. Физическое воспитание детей дошкольного возраста / Л.И. Баканенкова, Л.В. Руссакова. – Москва: Просвещение, 2005. – 65 с.

3. Козлов В.В. Физическое воспитание детей в учреждениях дополнительного образования: Акробатика / В.В. Козлов. – Москва: Физкультура и спорт, 2000. – 64 с.

4. Якимова Л. А. Теория и методика физической культуры и спорта: учебно-методическое пособие / Л.А. Якимова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – 72 с.

## ЗНАЧЕНИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ПЛАВАНИЯ В ДВИГАТЕЛЬНОМ РЕЖИМЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ВЛИЯНИЕ ЕГО НА ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ

Л.А. Якимова, Н.В. Костюкова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В представленной статье рассматривается проблема вовлечения студентов в двигательную активность как основополагающего компонента здорового образа жизни. Проанализирована одна из форм двигательной активности – оздоровительное плавание. Изучена роль занятий оздоровительным плаванием в улучшении состояния функциональных систем организма человека в частности. Проанализированы мнения студентов о влиянии занятий оздоровительным плаванием.

**Ключевые слова:** двигательная активность, оздоровительное плавание, физические упражнения, функциональные системы, студенческая молодежь.

Современные тенденции развития информационных технологий приводят к снижению уровня двигательной активности человека и как следствие влекут за собой необратимые последствия в ухудшении его здоровья. Особенно неблагоприятно сказывается гиподинамия на здоровье студенческой молодежи. По результатам Всероссийской диспансеризации молодых людей студенческого возраста в период обучения в вузе возрастает процент развития хронических заболеваний. По результатам социологического опроса студентов Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма лишь небольшая часть студенческой молодежи (один человек на десять опрошенных) выполняет физические упражнения в течение учебного дня. Что как раз и приводит к различным патологиям. И здесь видится важным привлечь студентов к формированию у себя осознанного ведения здорового образа жизни. И это можно совершить через средства физического воспитания, комплексно воздействующие на все системы организма. Анализируя разные средства физического воспитания в научно-исследовательской литературе, выявлено, что росту физической подготовленности, общей работоспособности, укреплению иммунитета в целом способствуют занятия оздоровительным плаванием [2, 5]. И в связи с этим целью нашего исследования стало рассмотрение значения оздоровительного плавания в двигательном режиме студенческой молодежи. Задачами исследования явились: изучение теоретических вопросов занятий оздоровительным плаванием; изучение структурных особенностей оздоровительным плаванием; изучение мнений студентов о влиянии занятий оздоровительным плаванием на их организм. Анализируя теоретические вопросы по оказанию воздействий

оздоровительного плавания на организм человека, мы обнаружили его благотворное влияние в виде воздействия на различные системы организма. Тренируется мускулатура, увеличивается их тонус; совершенствуется дыхательный ритм, вырабатывается более глубокое и редкое дыхание; усиливается вентиляция легких и повышается объем жизненной емкости легких; увеличивается объем сердца; лучше становится обмен веществ; увеличивается эластичность связочного аппарата; налаживается работа центральной нервной системы; формируется правильное телосложение, осанка; развиваются выносливость, быстрота, сила; увеличивается устойчивость организма к гипоксии; происходит закаливание организма; укрепляется иммунитет [2, 3, 4]. По мнению специалистов-теоретиков, плавание также является самым безопасным средством физического воспитания студенческой молодежи. С целью узнать мнение самих студентов о роли плавания в здоровье человека мы провели среди них анкетирование. В исследовании приняло участие 62 студента третьего курса Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма, по результатам которого почти все опрошенные студенты (96,2%) среди положительных значений оздоровительного плавания выделяют: снятие нервного напряжения, повышение работоспособности, улучшение общего самочувствия, активизация умственных процессов. На вопросы о том, сколько раз в неделю необходимо заниматься и по сколько минут, чтобы произошли эти положительные сдвиги, очень малый процент ребят (всего 14,3% от всех опрошенных) смогли грамотно ответить. Большинство респондентов – 62,5% студентов желали бы заниматься оздоровительным плаванием у себя в учебном заведении. Однако, отмечают, что проводимые у них занятия плаванием в большей степени направлены на изучение прикладных навыков и спортивных стилей, которые очень сложны и не всегда мотивируют к занятиям. Среди 62-х студентов только треть занимается оздоровительным плаванием в физкультурно-оздоровительных центрах г. Краснодара. Большинство из них (77,8%) занимаются под руководством инструктора, так как не владеют физкультурной грамотностью, не имеют достаточного уровня теоретических знаний для проведения самостоятельных занятий по оздоровительному плаванию. Эти ребята отмечают, что после года занятий оздоровительным плаванием они стали меньше болеть инфекционными и простудными заболеваниями, у них стала более выражена мускулатура верхнего и нижнего пояса конечностей, девушки заметили снижение веса, приобретение более «грациозной» осанки. Также мы задавали вопросы об уровне их физической подготовленности. В результате опроса оказалось, что 50% занимающихся оздоровительным плаванием больше одного года укладываются в норматив комплекса «Готов к труду и обороне» по плаванию на разные знаки отличия.

Подводя итог полученным результатам исследования, можно сказать, что оздоровительное плавание положительно влияет на функциональные возможности студенческой молодежи. Необходимо внедрение грамотно спланированных форм занятий оздоровительным плаванием в высшем учебном

заведении, которые бы служили средством повышения двигательного режима студентов и способствовали бы формированию здорового образа жизни будущего поколения нашей страны.

#### **Литература:**

1. Здоровьесберегающее образование: современные факторы развития: монография / Л.М. Алдарова, Н.К. Артемьева, С.П. Аршинник и др./под ред. Н.И. Дворкиной, О.Г. Лызаря. – Самара: ООО «Офорт», 2016. – 205 с.

2. Оздоровительное, лечебное и адаптивное плавание / под ред. Н.Ж. Булгаковой. – М: Академия, 2008. – 432 с.

3. Холодов Ж.К. Теория и методика физического воспитания и спорта / Ж.К. Холодов, В.С. Кузнецов. – М.: Академия, 2013. – 480 с.

4. Якимова Л.А. Современные подходы к здоровому образу жизни в студенческой среде / Л.А. Якимова, О.А. Олина // Проблемы качества физкультурно-оздоровительной и здоровьесберегающей деятельности образовательных учреждений: тезисы докладов 2-й Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 26 апр. 2012 г. / ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т». Екатеринбург, 2012. – С. 111-114.

5. Якимова Л.А. Теория и методика физической культуры и спорта: учебно-методическое пособие / Л.А. Якимова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – 72 с.

## ИЗУЧЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ ДЕТЕЙ С ДЕТСКИМ ЦЕРЕБРАЛЬНЫМ ПАРАЛИЧОМ С ПОМОЩЬЮ ЗАНЯТИЙ НА ТРЕНАЖЕРЕ ГРОССА

Л.А. Якимова, В.Р. Подкопаева

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

*Аннотация.* В настоящей статье рассматривается проблема физической реабилитации детей, имеющих заболевание центральной нервной системы. Проанализированы разные мнения родителей детей с детским церебральным параличом, которые проходили курс занятий на тренажере Гросса. В частности, изучено значение и роль этого метода реабилитации для данной нозологической группы. Проанализированы возможности и перспективы занятий на тренажере Гросса.

**Ключевые слова:** детский церебральный паралич, двигательная активность, физические упражнения, здоровье, лечебная физическая культура, тренажер Гросса, патология, физическая реабилитация.

Любому возрасту для ведения нормальной жизнедеятельности необходим должный уровень двигательной активности. Если ребенок малоподвижен из-за особенностей своего развития и наличия того ли иного заболевания, то он не приобретает необходимых для жизни двигательных умений и навыков, не развивается физически, психически и функционально, вследствие чего может пострадать его социальный статус. Физическая реабилитация призвана на помощь людям, имеющим ограниченные возможности. И чем раньше ребенок будет осуществлять двигательную активность, тем лучше он будет приспособливаться к окружающей среде. В современной адаптивной физической культуре средств реабилитации людей, имеющих отклонения в центральной нервной системе, множество. Изучив научно-исследовательские данные и имеющиеся в литературе подтвержденные практикой факты, мы выяснили, что для наилучшего создания условий для исправления двигательных нарушений существует Тренажер Гросса, который позволяет осуществлять занятия по двигательной реабилитации в вертикальном положении [1, 2, 3]. Также тренажер Гросса позволяет создать облегченные условия для работы недостаточно развитых мышц, дозируя оптимальную нагрузку на опорно-двигательный аппарат в целом, а также на отдельные конечности. Занимаясь на данном тренажере больные развивают у себя координационные способности, совершенствуют мелкую моторику, снимают напряжение с мышц при наличии гипертонуса, увеличивают подвижность в суставах. В заключениях специалистов сказано, что прошедшие курс лечения больные осуществляют перемещение в пространстве (больничная палата,

спортивная площадка или квартира) без помощи посторонних с сохранением вертикального положения [2, 3]. Однако нет сведений о том, есть ли какие-то изменения в функциональном состоянии у детей под воздействием занятий на данном тренажере. В связи с этим целью нашего исследования стало изучение мнений родителей детей с детским церебральным параличом о функциональном состоянии организма их ребенка при занятиях на тренажере Гросса.

Задачи исследования: изучить теоретический аспект влияния занятий на тренажере Гросса на детский организм; выявить мнения родителей об улучшении функционального состояния организма их ребенка при занятиях на тренажере Гросса.

Объект исследования – физическая реабилитация детей с детским церебральным параличом.

Предмет исследования – занятия на тренажере Гросса с детьми, имеющими заболевания центральной нервной системы как средство повышения их двигательной активности.

Для выявления круга мнений о каких-либо изменениях в функциональном состоянии детей с детским церебральным параличом после занятий на тренажере Гросса мы провели социальный опрос их родителей. В исследовании приняло участие 85 родителей, дети которых в течение 4 месяцев проходили курс реабилитации на базе «Центра восстановительной медицины и реабилитации» министерства здравоохранения Краснодарского края. Результаты исследования таковы. Спустя четыре месяца занятий на тренажере Гросса улучшение в функциональном состоянии своих детей отмечают 70% опрошенных родителей, 20% родителей почувствовали улучшение у своего ребенка только пройдя полный курс занятий, 10% опрошенных родителей не увидели у своего ребенка никаких улучшений. Все родители, отмечающие положительное влияние занятий на функциональное состояние, говорят о том, что у их ребенка улучшилась координация движений, тонус мышц нижних конечностей, улучшилось самочувствие. На вопрос о сроке занятия ребенка с детским церебральным параличом 30% опрошенных ответило 3 месяца, также 60% опрошенных прошли полный курс реабилитации – четыре месяца, и только 10% опрошенных прошли минимальный срок курса – один месяц. Об удовлетворенности условиями пребывания в реабилитационном центре мнения разделились следующим образом: 70% опрошенных родителей остались довольны условиями и методикой преподавания занятий, 15,7% были довольны методикой преподавания занятий, а общими условиями не очень, остальные 14,3% опрошенных остались не удовлетворены занятиями и условиями в центре. Также многие родители (90% из опрошенных) хотели бы приобрести тренажер для занятий со своими детьми в домашних условиях.

Таким образом, большинство родителей занимающихся данной нозологической группы имеют положительные отзывы о проведенных занятиях на тренажере Гросса. Можно сказать, что занятия на данном тренажере помогают физически реабилитироваться не только взрослым, но и детям,

облегчить симптомы заболевания. У большинства занимающихся детей улучшается здоровье в целом, повышается уровень двигательной активности, ребенок становится более развитым в физическом и умственном плане, что приводит к повышению уровня социальной адаптации ребенка в целом.

**Литература:**

1. Мартыхин В.С. Лечебная физкультура и другие методы немедикаментозного воздействия при некоторых заболеваниях опорно-двигательного аппарата у детей и подростков: Учеб. пособие / В.С. Мартыхин. – М.: ВЛАДОС, 2007. – 112 с.

2. Святкина К.А. Детские болезни: учеб. для мед. ин-тов / К.А. Святкина, Е.В. Белогорская, Н.П. Кудрявцева. – М.: Медицина, 1980. – 368 с.

3. Якимова Л.А. Стретчинг как средство здоровьесберегающих технологий в физическом воспитании детей младшего школьного возраста / Л.А. Якимова, О.В. Назаренко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт // Материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием (19 апреля 2018 г.). – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – Часть 3. – С. 171-174.

## ПРИМЕНЕНИЕ ИГРОВОГО МЕТОДА В ФИЗИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ ШКОЛЬНИКОВ

Л.А. Якимова, Д.М. Первеева

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В представленной статье рассматривается проблема применяемых средств физического воспитания школьников. Рассмотрены формы игровой деятельности школьного возраста. Также изучено значение игрового метода в процессе физического воспитания школьников. Проанализированы возможности применения игрового метода с целью повышения интереса школьников к учебному процессу.*

***Ключевые слова:** физическое воспитание, физические качества, всестороннее развитие личности, школьный возраст, игровой метод, мотивация, эмоциональное состояние.*

В настоящее время проблема данной темы стоит очень остро, так как постоянно происходит поиск различных средств, методов и методик физического воспитания учащихся, а также поиск путей мотивации школьников к занятиям физической культурой. Насколько мы знаем, именно игра является одной из форм привлечения занимающихся к занятиям физической культурой и спортом и выступает как метод физического и нравственного развития. Игровой метод, в силу всех присущих ему особенностей, вызывает глубокий эмоциональный отклик и позволяет удовлетворить в полной мере двигательную потребность занимающихся. Тем самым, способствует созданию положительного эмоционального фона на занятиях и возникновению чувства удовлетворенности, что в свою очередь создает положительное отношение детей к занятиям физическими упражнениями. Занятия играми обогащают участников новыми ощущениями, представлениями и понятиями, поэтому нужно совершенствовать применение игрового метода в физическом воспитании школьников. В связи с этим целью нашего исследования явилось рассмотрение проблемы применения игры в школьном возрасте [2, 3, 4]. Для изучения перспектив по применению игрового метода в школе были поставлены следующие задачи исследования:

1. Изучение теоретических основ игрового метода в физическом воспитании школьников.

2. Рассмотрение мнений учителей физической культуры по вопросу применения игровой деятельности на занятиях физической культурой в школе.

Объектом исследования является процесс физического воспитания школьного возраста. Предметом исследования – методические приемы проведения игры на уроках физической культуры школьников.

Для решения поставленных задач нами были изучены теоретические основы игрового метода в физическом воспитании школьного возраста. При рассмотрении имеющейся литературы по данной проблеме, мы выяснили, что игра является исторически сложившимся общественным явлением, средством воспитания, свойственным лишь человеку. Побуждающим мотивом в играх является соревнование между отдельными участниками и между целыми коллективами. Игры оказывают благоприятное влияние на здоровье, а именно на все функциональные системы организма, а также на эмоциональный фон занимающихся. Эмоциональное состояние характеризуется усиленным выделением гормона адреналина, повышением мышечной деятельности, активизацией деятельности центральной нервной системы. Занятия играми обогащают участников новыми ощущениями, представлениями, понятиями. Большое значение имеют игры и в развитии физических качеств: быстроты, ловкости, силы, выносливости, гибкости. Игры повышают плотность и интерес к занятиям, снимают мышечное и нервное напряжение. Одно из важных мест в процессе игровой деятельности занимает педагог, у которого в свою очередь есть ряд задач, которые он обязан выполнять. К данным задачам относятся: укрепление здоровья занимающихся; содействие формированию жизненно важных навыков и умений; воспитание у детей морально-волевых и физических качеств [1, 2, 3, 5, 6].

Для изучения круга мнений нами были проведены анкетирование и интервьюирование. В результате проведенного исследования, в котором принимали участие семнадцать учителей физической культуры, удалось узнать, что все 100% респондентов считают целесообразным использовать игровой метод на уроке, так как игра является определенного рода мотивацией для занятий физической культурой. 100% респондентов стараются применять игровой метод на каждом уроке и большинство (76%) считает игровое соревнование наиболее успешной формой игры в процессе занятий. По мнению обследуемых, игра делает монотонную работу наиболее эмоционально-окрашенной, и 65% из них утверждают, что игровой метод способствует повышению эмоционального фона занимающихся и развитию морально-волевых и физических качеств. Больше половины (53%) участников считают, что достоинствами данного метода являются активный отдых во время игровой деятельности, хорошая эмоциональная нагрузка, повышение работоспособности и приобретение начального опыта соревновательной деятельности, а недостатками – нарушение правил игры и травмоопасность. Большинство участников исследования считают, что наиболее целесообразно во время игры обращать внимание на соблюдение занимающимися правил игры во избежание травматизма на занятиях физической культурой, однако, по данным исследования, дети не всегда выполняют правила игры. Также 82% респондентов утверждают, что педагог, применяющий игровой метод на уроке, должен укреплять здоровье и опорно-двигательный аппарат занимающихся и воспитывать морально-волевые качества.

Проведя небольшое исследование, можно сделать следующие выводы:

- 1) Игры содействуют всестороннему развитию личности.
- 2) Игра является одним из средств мотивации.
- 3) В играх морально-волевые и физические качества развиваются в комплексе, что жизненно важно.
- 4) Руководящая роль принадлежит педагогу.

В заключение хотелось бы сказать, что использование игры как средства физического воспитания необходимо с целью создания мотивации к занятиям физической культурой, всестороннего развития личности и стимулирования познавательного интереса школьников к учебному процессу.

#### **Литература:**

1. Алхасов Д.С. Теория и история физической культуры [Текст]: учеб. и практикум для СПО / Д.С. Алхасов. – М.: Юрайт, 2019. – 191 с.
2. Коваль Л.Н. Методико-практические занятия по дисциплине «Физическая культура»: учебно-методическое пособие / Л.Н. Коваль, А.В. Коваль. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 143 с.: ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-4895-7; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426533> (19.04.2019).
3. Подвижные игры: учебное пособие / В.Ф. Мишенькина, О.С. Шалаев, Т.А. Колупаева, В.Ф. Кириченко; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, Кафедра теории и методики спортивных игр. – Омск: Издательство СибГУФК, 2004. – 92 с.: схем., ил. – Библиогр.: с. 69; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274873> (19.04.2019).
4. Развитие двигательных навыков ребенка средствами спортивных игр / А.И. Кузьменко, Е.А. Еремина // Теория и методология инновационных направлений физкультурного воспитания детей дошкольного возраста. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. 2014. С. 87.
5. Справочник учителя физической культуры [Текст]: пособие / сост. Н.М. Вилкова. – Волгоград: Учитель, 2016. – 118 с.
6. Холодов Ж.К. Теория и методика физического воспитания и спорта [Текст]: учеб. пособие для вузов / Ж.К. Холодов, В.С. Кузнецов. – 6-е изд., стер. – М.: Академия, 2008. – 480 с.

Л.Г. Ярмолинец, Е.И. Гетман

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В статье рассматриваются чрезвычайно важные вопросы о роли английского языка как глобального, как нового *lingua franca*, всемирного, стандартного языка. Английский язык с уверенностью выполняет свою миссию статуса языка международного общения. В качестве официального или одного из официальных языков английский используется более, чем в 70 странах. Он стал общим глобальным достоянием. Осознание необходимости изучать иностранные языки – один из результатов – глобальных процессов.*

***Ключевые слова:** глобальный язык, культура народов, мировой стандартный язык, концентрический круг, международное общение.*

Данные исследований самых разных наук позволяют обсуждать вопрос о культуре мира и о глобальной культуре. В результате многочисленных дискуссий возник вопрос и о том, возможен ли глобальный язык.

В современном мире на роль глобального языка уверенно претендует английский язык [5], и это не случайно. Самые доказательные исследования проведены крупнейшим британским лингвистом Д. Кристалом и представлены в его блистательной книге «English as a Global Language» [9]. Автор выделяет причины, которые, по его мнению, позволяют английскому языку выдвигать себя на роль глобального. После издания книги прошло много лет и к проделанным Д. Кристалом исследованиям добавились новые тому доказательства с учетом развития современного мира, когда появились новые привлекательные идеи и новые названия: Глобальная Деревня, Соединенные Штаты Земли и наиболее часто встречающееся слово «глобализация».

Но без глобального языка и глобальной культуры трудно говорить об объединении людей и создании глобального сообщества. Таким глобальным организациям, как ЮНЕСКО, ООН, ВТО, Green Peace и др, играющим важную роль в мире, прежде всего необходим единый язык международного общения. Эффективность самого общения зависит как от знания системы языка, так и от культуры общения, от знания иноязычной культуры [1]. «Языки должны изучаться в непрерывном единстве с миром и культурой народов, говорящих на этих языках» [2].

Введение единого глобального языка, которым сейчас считается английский, обещает возможность решать проблемы международного общения, финансов, обмена информацией, научно-технического прогресса, торговли, бизнеса. Существует целый ряд взаимодействующих причин для объяснения такой популярности английского языка (АЯ) как *lingua franca* (лингва франка –

язык или диалект, систематически используемый для коммуникации между людьми, родными языками которых являются другие языки [13]). Многие из них – это исторические и культурные факторы, которые повлияли на распространение языка.

Перемещение АЯ началось еще с тех давних времен, когда первооткрыватели Америки, прибыв сюда в результате своего долгого путешествия из Плимута, Англия, высадились в 1620 г. на побережье Массачусетса. Почти то же самое происходило в Австралии, в других частях Британской Империи, когда английский язык быстро становился объединяющим доминирующим средством контроля. Чрезмерное проникновение английского как административного языка помогало поддерживать власть колонизатора (Испания, Португалия, Бразилия, Ямайка и Пакистан, Уганда, Новая Зеландия и др.). В вопросе распространения английского языка появление Соединенных Штатов Америки как мировой экономической державы сыграло одну из самых значительных ролей. В растущей «многонациональной» экономической деятельности АЯ – это именно тот язык, который превалирует в этом процессе. Географически АЯ – самый распространенный на настоящее время язык на земле, уступая только китайскому по числу говорящих на нем. Приблизительная цифра такого количества людей – это около 400 млн. человек. По последним данным, за последние годы в мире говорят на 5000 языках и диалектах. На АЯ говорят на Британских островах, в США, в Австралии, Новой Зеландии, в большей части Канады, в Южной Африке. АЯ является вторым языком еще 300 млн. человек, живущих более, чем в 60 странах. Если к этому числу добавить еще число людей, изучающих язык и говорящих на нем, то АЯ по праву может считаться «языком мира» (World Language). При смешении и соединении английского с другими языками к его словарю добавляются еще заново созданные или модные слова, учитывая тот факт, что в словаре АЯ можно насчитать 120 языков, включая арабский, французский, немецкий, греческий, итальянский, русский, испанский. Естественно, что цифры шествия АЯ по планете быстро меняются, однако его положение выглядит достаточно устойчиво, и он с уверенностью выполняет свою миссию статуса языка международного общения как нового *lingua franca*. «Английский не только язык науки и великой супердержавы, но также язык электронной деревни» [16].

На данный период «английский используется в качестве официального или одного из официальных языков более, чем в 70 странах... По данным официальной статистики, АЯ является родным языком более, чем 350 млн. чел., среди которых около 240 млн. американцев, 56,4 млн. британцев, 15,8 млн. австралийцев, 25,4 млн. канадцев и 3,3 млн. новозеландцев [7]. Цифра «English Users» в мире (термин предложен Д Crystal, 1984) твердо держится уже более, чем на двух миллиардах. А данные Международной ассоциации прикладной лингвистики приводят цифры владеющих АЯ в Европе: самый высокий процент в Нидерландах, Швеции, Дании (до 80% населения); самый низкий – в

Италии (около 20%); Португалии (18%) и Испании (15%) [12]. В США стандартным английским является общеамериканский английский.

Стоит привести еще некоторые цифровые сведения относительно АЯ:

- современный АЯ имеет самый большой вокабуляр в мире – более 600 000 слов. В общем пользовании насчитывается около 60 000 слов;
- около 450-500 слов добавляются в английский словарь каждый год;
- 70% английского вокабуляра представляют заимствования из других языков;
- самый большой словарь АЯ – это 20-томный Oxford English Dictionary с приблизительно 22 000 страниц [5].

В нескольких разных исследованиях рассмотрение распространения АЯ представляет определенный интерес. Braj Kachru [6] предлагает деление англоговорящего мира на три концентрических круга. Эта классификация, которой часто пользуются, может помочь в рассуждениях о распространении и местоположении АЯ на земном шаре. В первом, внутреннем круге Kachru помещает такие страны, как Ирландия, Новая Зеландия, Австралия, Канада, Британия и Соединенные Штаты, в которых АЯ – первый язык и именно на нем говорят в этих странах. Во втором, «внешнем круге» располагаются все те страны, где АЯ является вторым языком или с уверенностью считается языком, имеющим особое значение. Сюда относятся: Сингапур, Пакистан, Малави, Малайзия, Нигерия. К третьему, «расширенному кругу» относятся страны, где АЯ приобрел культурную и коммерческую значимость (Китай, Швеция, Чешская Республика, Греция, Япония, Израиль и некоторые другие). Таблица 1 отражает полученное распределение англоязычных стран в кругах Kachru.

Таблица 1 – презентация кругов Kachru, основанная на исследовании Kachru (1985) [6]

Первый внутренний круг (Inner Circle)	Напр, США, Британия, Канада и др. 320-380 млн. чел.
Второй внешний круг (Outer Circle)	Напр, Индия, Сингапур, Малайзия и др. 150-300 млн. чел.
Третий расширенный круг (Expanding Circle)	Напр, Китай, Япония, Россия и др. 100-1000 млн. чел.

Единство и разнообразие англоязычного мира, согласно McArthur(1987), также представлено кругом, который он называет «кругом мирового английского»[14].

В центре круга, называемого общим ядром, мировой стандартный английский (WSE), расположены восемь национальных языковых стандартов, которые либо установлены, либо только устанавливаются («стандартизируются»). На внешней стороне этого круга перечисляются

примеры широкого диапазона существующих ныне разновидностей английского в соответствии с восемью делениями стран по центру круга. Каждая пограничная линия могла бы вызывать определенные аргументы в пользу того или иного языка. Фотографии глав государств или правительственных организаций, изображенные рядом с перечисляемыми вариантами стандартного АЯ (Bill Clinton, Queen Elizabeth II (UK), John Howard, Nelson Mandella, Kofi Annan (UNA), символизируют тот путь, по которому прошел (идет) стандартный английский во всем мире. Предполагается, что МСА (WSE) действует как крепкая объединяющая сила среди широкого ряда существующего разнообразия вариантов АЯ [8]. Однако в некоторых странах такое понимание МСА считается несколько ошибочным. Каждую страну, где английский язык является первым языком, волнует его лингвистическая идентичность и беспокоит вопрос, как предохранить его от влияния других языков. Новозеландцы, например, не хотят быть американцами, а американизм воспринимается как серьезный сигнал по признаку присутствия повсюду их армейцев. Как видно, наблюдается два конкурирующих между собой утверждения. Одно способствует единому всемирному стандартному английскому, другое старается сохранить национальную идентичность, продвигая разнообразный набор национальных стандартных вариантов АЯ.

Существует много мнений о том, каково место английского в мире, что он делает и что уже сделано. И первое, что необходимо отметить – это то, что АЯ – один из многих языков в мире, которые сражаются за свое положение [11]. Все больше звучат беспокойство и сомнения по поводу будущего статуса этого языка. Если считать, что английский уже считается *lingua franca* для многих в мире, то означает ли это, что его превосходство застраховано и постоянно? Что может произойти, если все больше людей предпочитают им пользоваться? Или будет он продолжать шагать по всей планете, минуя все преграды на своем пути? Возможно ли, как бы полушутя беспокоится David Crystal, что если через 500 лет английский останется единственным языком, то в результате, по его словам, это станет «величайшей интеллектуальной катастрофой, которую когда-либо знала наша планета» [10]. И как бы переключаясь с такими предсказаниями, один из журнальных заголовков спрашивает: «Английский погубит ирландский?» или «Английский сметет со своего пути другие языки?» – спрашивает другой заголовок. Вполне возможно, что распространение АЯ в тех странах, где он действует как второй язык или как иностранный, дает повод для подобных вопросов. Но нельзя не ожидать, что он может оказаться во «внутреннем круге» тех стран, где он традиционно считается как первый язык. И эта угроза достаточно реальна.

Лингвистическая история содержит примеры поглощения английским других языков, и лингвистические вторжения опасны, так как доминантный, иными словами, глобальный язык, впитывает в себя определенные характеристики других языков, вбирает в себя их вонабуляр, вытесняя постепенно национальные языки и культуры. Происходит игнорирование и даже гибель языков и культур народов, говорящих на других языках, идет

разрушение их национальной идентичности. Таким образом, оказывается, что процессы глобализации становятся разрушителем языков и культур, в то время, как «диалог вер и культур может свободно и творчески развиваться только при уважении к чужой религиозной и культурной идентичности» [4].

Ж. Хармер все же советует, что на данный момент стоит придерживаться мысли, что АЯ – всеохватывающий мировой язык [11].

По мнению Д. Кристалла «Став языком международного общения АЯ как бы перешел во всеобщее пользование, стал общим глобальным достоянием» [9]. В складывающейся ситуации АЯ уже не принадлежит ни Великобритании, ни США. «Он становится все более разнообразным и вариантным ресурсом [15] глобальной коммуникации. Так сложилась история АЯ, что он оказался в центре внимания с приходом глобализации и борьбы за него и борьбы против него, и на данный момент предсказать его судьбу невозможно. Но ясно то, что будущее АЯ прежде всего состоит в том, чтобы стать стимулом для изучения новых иностранных языков» [3]. Еще один результат глобальных процессов – это осознание необходимости изучать иностранные языки [16].

#### **Литература:**

1. Белоусова М.М. Межкультурная коммуникация в контексте глобализации современного мира / М.М.Белоусова, И.И. Скаркина // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. – Тверь, 2015. Вып. 31. – С. 196-200.
2. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 200. – 259 с.
3. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2008. – 344 с.
4. Философия и будущее цивилизации: Резолюция IV Российского философского конгресса. – МГУ, 2005.
5. Ярмолинец Л.Г. Meet the World through English./ Л.Г. Ярмолинец, Н.Т. Агафонова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2013. – 147 с.
6. Kachru Braj. Standards, codification and sociolinguistic realism: the English Language in the outer circle. 1985.
7. Crystal D. Language A to Z. London, 1991. Longman , p.358.
8. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Cambridge University Press, 1995. 489 p.p.
9. Crystal D. English as a Global Language. Longman, 1997.
10. Crystal D. English as a Global Language// Cup, 1999.
11. Harmer Jeremy. The Practice of English Language Teaching. Longman, England, 2005, p. 4-8.
12. Kees de Bot. Applied Linguistics, Ed. By Susan M. Gass and Sin free Makoni. AILA, 2004.
13. Longman Dictionary of Contemporary English. Longman, 2001, p. 826.
14. Mc Arthur. The Circle of World English, 1987.
15. Nunan D. Yes, but Is It English?// TESOL Matters, December-January, 1999.
16. «The Spectator», 17 February, 2001.

УДК 378.14+659.1

**ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ  
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНЫХ  
МЕНЕДЖЕРОВ ВЕДУЩИХ КОЛЛЕДЖЕЙ США  
(на примере интернет-сайта «Top 30 Bachelor's in Sport Management Degree  
Programs 2018-2019»)**

**Л.Г. Ярмолинец, О.Л. Иванова, М.С. Душко**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической  
культуры спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Рассматриваются особенности рекламы в сфере высшего спортивного образования, специфика рекламы программ бакалавриата и магистратуры спортивного менеджмента в США и лексические средства воздействия на целевую аудиторию.*

***Ключевые слова:** интернет-курс, реклама образовательных услуг, лексические единицы, воздействие на целевую аудиторию.*

Коммуникация отдельных индивидуумов в обществе происходит различными способами. Некоторые виды коммуникации – это обмен данными и фактами, в то время как другие способы являются более эгонаправленными, так как они подразумевают воздействие на личность. Существует множество способов воздействия, но письменные тексты, в нашем случае – это тексты интернет-рекламы, считаются наиболее эффективными.

Реклама в сфере образования все чаще становится объектом исследования в различных областях лингвистики. В частности, предпринимаются попытки выделить характеристики оперативного языка рекламы и рассмотреть особенности, которые являются существенными для создания текста рекламы с лингвистической точки зрения.

В последнее время отмечается рост и разнообразие представляемых образовательных услуг и, как следствие, использование различных средств воздействия рекламы на целевую аудиторию. В нашем исследовании это, прежде всего, лексические единицы, имеющие прагматическую составляющую в дискурсе рекламы.

Материалом для исследования послужил ресурс № 1 Руководства «Sport Management Degree Guide» (США), информирующий о возможности получения степени бакалавра и магистра по специальности «Спортивный менеджмент» (Your #1 Resource for obtaining the latest up-to-date information about pursuing the best Bachelor's and Master's Degrees in Sports Management). В частности, анализировался сайт «Top 30 Bachelor's in the Sport Management Degree Programs 2018-2019» [4]. Методикой определения 30 лучших факультетов спортивного менеджмента интернет-ресурсом Sport Management Degree Guide был поиск на College Navigator, а также консультации с NASSM (the North

American Society for Sport Management). Сравнение проводилось по следующим параметрам: 1) соотношение количества студентов и преподавателей; 2) плата за обучение; 3) количество выпускников относительно цифр приема; 4) аккредитация (COSMA Accreditation).

Предмет исследования – тексты, являющие собой результат вербального описания программ бакалавриата и магистратуры факультетов спортивного менеджмента, рассматриваемые нами как рекламный дискурс в сфере спортивного образования.

По мнению Дьяковой Е.Ю., «рекламный дискурс сферы высшего образования является частью образовательного дискурса (его промотивной разновидностью), имеет ярко выраженную прагматическую направленность, обеспечивая коммуникацию образовательных учреждений со своими потенциальными клиентами в одном из секторов данной сферы, а именно на рынке образовательных услуг» [1].

Рекламный интернет-дискурс сферы образования представляет собой: «1) процесс информирования и убеждения целевых аудиторий путем распространения в Сети информации об определенном университете и предлагаемых им образовательных (и сопутствующих) услугах; 2) завершённое сообщение, имеющее строго ориентированную прагматическую установку (привлечение внимания к предмету рекламы, информирование и воздействие» [1].

Рекламный дискурс сферы высшего спортивного образования интерпретируется нами как составляющая для спортивного мега дискурса [3].

Предметом рассматриваемого рекламного дискурса сферы высшего спортивного образования (спортивный менеджмент), на наш взгляд, является продвижение программ образования, воздействие на целевую аудиторию с целью привлечения внимания и определения предпочтения при выборе программы обучения.

Средством вербализации прагматических составляющих анализируемых текстов является «ключевая лексика (идеологически нагруженные слова, устойчивые словосочетания, слова повышенной рекламной ценности и прочие), которая отражает содержание текста» [1].

Ключевая лексика данного рекламного дискурса представлена оценочными прилагательными с семантикой «самого высокого уровня», «самый лучший»: *nationally recognized for their excellence; value colleges; endless opportunities; outstanding student instruction; world-class faculty; the highest possible degrees*; «уникальный»: *unique curriculum*.

Исходя из материала исследования, основанного на описании 30 лучших программ спортивного менеджмента колледжей США, часто использовалась превосходная степень прилагательных: *one of the best values for education; one of the 10 fastest growing colleges in the country; 11th most innovative college*.

Для текстов рекламы характерно употребление вербальных метафор: *to work in myriad settings; a bastion of education in Florida; understanding of the big picture (and the details)* и других.

Проживание в кампусе описывалось такими эмоционально окрашенными выражениями, как: *join the Chippewa family; a great sense of community and pride on the campus; connections that last a lifetime; a campus that becomes home* и т.д.

Отмеченное выше позволяет сделать вывод о том, что оценочная коннотация создается при помощи эмоционально-окрашенной лексики и фразеологии, использования превосходной степени прилагательных и т.д.

Для анализируемых текстов рекламы учебных программ характерно использование средств языковой компрессии, самыми частотными способами компрессии являются аббревиации названий колледжей, аккредитационных и спортивных организаций: VC – Value Colleges; COSMA – Commission on Sport Management Accreditation; CHEA – Council on Higher Education Accreditation; CAATE – Commission on Accreditation of Athletic Training; W.O.L.F. – Wellness Opportunities for...; AACSB – Association to Advance Collegiate Schools of Business.

Исследование рекламного дискурса показало, что для рекламных текстов характерно использование терминологической лексики, сокращений, топонимов, антропонимов, национально окрашенной лексики, наименований спортивных клубов и лиг и национальных образовательных и аккредитационных организаций [2].

Так, в текстах рекламы спортивных программ *гарантия карьерного успеха, связь со спортивной индустрией, работодателями и возможность трудоустройства в национальных спортивных клубах и лигах* вербализованы посредством отраслевой терминологической лексики и фразеологии: *a successful career in the sport management industry; to gain successful employment in the field; employment opportunities in a major league teams and, organizations such as the National Track and Field Association; interning with professional sports franchises such as the Celtics* и т.д.

Топонимы и акронимы используются в названиях *национальных клубов и лиг, организаций, принимающих на работу выпускников рекламируемых колледжей*: Boston Red Sox; Boston Celtics; New York Mets; Tampa Bay Rays; Tampa Bay Buccaneer, Madison Square Garden.

*Аккредитация* представлена посредством такой тематической лексики, как: *specialized accreditation; Commission on Sport Management Accreditation (COSMA); a nationally certified program; disciplinary accreditors.*

Характеристика *профессорско-преподавательского состава и стиля работы со студентами* представлена лексически дву- и многокомпонентными словосочетаниями различной структуры: *teaching-focused; scholarly expertise; leaders in their fields; dedicated faculty members; one-on-one advising and counseling; strong student focus; a student-centered approach; exceptional educational experience; focus on individual students* и т.д.

Учебный процесс вербализуется, в основном, атрибутивными словосочетаниями: *Student to Faculty Ratio; Average Net Price; a semester-based academic calendar; total undergraduate enrollment; out-of-state tuition; in-state*

tuition; On-site tuition; on-site and online tuition; to tailor the degree to meet their professional goals.

Некоторые феномены имеют национальную специфику и требуют экспликации, например:

*The graduation rate* is the percentage of full-time, first-time undergraduate student, who graduated within 150% of the normal time to program completion (For example, for a four-year program, the graduation rate includes students who graduate within six years of beginning the program).

*Credit Hours* – Courses taken in college are measured in terms of credit hours. To earn one credit hour, a student must attend a class for one classroom hour (usually 50 minutes) per week for the whole semester (usually 16 weeks). Classes are offered in 1 - 5 credit hour increments, and sometimes larger amounts.

*Clock hours* are the total number of actual hours per week a student spends attending class or other instructional activities that count toward completing a program of study.

Характерной особенностью рекламы образовательных услуг в США является ярко выраженное стремление облегчить целевой аудитории выбор достойного колледжа для получения степени бакалавра и магистра по специальности «Спортивный менеджмент» при помощи таких интернет-ресурсов, как College Navigator, Sport Management Degree Guide, которые предоставляют данные экспертного отбора лучших программах обучения: «Top 30 Bachelor's in Sport Management Degree Programs 2018-2019», «Top 20 Bachelor's in Sport Management Degree Programs 2018-2019» и т.п., что дает возможность сделать правильный выбор.

Результаты данного исследования могут быть использованы для повышения дискурсивной эффективности текстов сайтов российских высших учебных заведений физической культуры и их англоязычной версии.

#### **Литература:**

1. Дьякова Е.Ю. Поликодовый текст в британском рекламном дискурсе сферы образования: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Воронеж, 2011. – 9 с.

2. Калашаова А.А. Вербальные компоненты рекламного текста как прагматически обусловленные элементы рекламного дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. – 2013. – Вып.2 (121). – С. 65-69.

3. Ярмолинец Л.Г. Спортивный дискурс как разновидность институционального дискурса // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ (17 мая – 13 июня 2013 г. Краснодар). – КГУФКСТ. – 2013. – С. 293-296.

4. <https://www.sports-management-degrees.com/best-bachelors>

## ВЛИЯНИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ВЕЛОСИПЕДНЫМ СПОРТОМ НА ПОДРАСТАЮЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ

В.З. Яцык, Н.О. Букреева

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** В данной статье описано влияние систематических оздоровительных занятий велосипедным спортом на организм человека. Также рассматриваются проблемы формирования здорового образа жизни у молодежи. Установлено, что оздоровительная направленность постоянной езды на велосипеде оказывает благотворное влияние на состояние всех органов и систем не только взрослых, но и детей.*

***Ключевые слова:** здоровье, велосипедный спорт, физическое развитие, оздоровительное значение, физическая подготовка.*

На сегодняшний день теме пропаганды здорового образа жизни посвящено немало исследований. Ошибочно считать, что интерес к этой теме возник в последнее время. Проблема поддержания здорового образа жизни волновала человечество на протяжении всего его существования [8].

В современной жизни здорового человека отличает повышенная работоспособность, позитивный настрой, целеустремленность и успешность в достижении поставленных целей. При этом сохранение и укрепление здоровья невозможны без приложения человеком надлежащих усилий. Эти усилия должны быть направлены, прежде всего, на обеспечение должного объема целенаправленной двигательной активности, поскольку «современный» образ жизни может стать фактором, угрожающим здоровью [10].

Молодые годы особо значимы для всей последующей жизни человека, именно в это время становится понятно, каких успехов сможет достичь человек в жизни. Молодые люди, в данном случае подростки, должны сами осознанно делать шаги в этом направлении, мотивировать их к этому может пропаганда здорового образа жизни. Именно поэтому популяризации здорового образа жизни среди молодежи придается первостепенное значение [7].

По мнению И.П. Павлова, человек является сложнейшей и тончайшей системой, способной к самовоспитанию. В то же время, образ жизни зачастую противоречит потребностям человеческого организма, что рано или поздно приводит к заболеваниям. Исследованиями специалистов различных профилей установлено, что здоровье человека только на 10-15% зависит от деятельности медицинских учреждений, на 15-20% – от генетических факторов, на 20-25% – от состояния окружающей среды и на 50-55% – от образа жизни. Из этого можно сделать вывод, что образ жизни играет огромную роль в здоровье человека [3].

Исходя из вышесказанного, мы считаем, что велосипедный спорт является одним из средств, помогающим пропагандировать здоровый образ жизни среди молодежи [6].

Необходимый объем двигательной активности человек обеспечивает в процессе занятий различными видами спорта. С этих позиций велосипедный спорт является фактически универсальным средством, так как является доступным и полезным видом деятельности для людей практически любого возраста и пола – от дошкольников до зрелого возраста [2].

Специфика вида спорта, заключающаяся в непрерывности движения, постоянно меняющаяся местность благоприятно влияют и на нервную систему, что создает велосипедисту отличный психологический фон [1].

Возникает вопрос, как же использовать данный вид спорта с целью получения максимального оздоровительного эффекта? Данный вопрос уместен как при самостоятельных занятиях, так и при проведении организованных занятий в различных образовательных учреждениях [4, 9].

В оздоровительной физической культуре вопрос о принципах нормирования физических нагрузок достаточно разработан. Однако установление влияния систематических нагрузок циклического характера на организм человека, получаемых посредством езды на велосипеде, на наш взгляд, требует дополнительного уточнения и систематизации.

Все вышесказанное в полной мере может быть отнесено и к детям, так как здоровье человека формируется с самого раннего детства, когда закладываются основные навыки здорового образа жизни и формируются соответствующие принципы.

Анализ доступной научной и методической литературы позволил выявить недостаточную разработанность уже существующих подходов к выбору методов, а также соотношений компонентов физической нагрузки при использовании велоспорта в оздоровительных целях в процессе занятий с детьми [10].

Методы: анализ литературы, работа с документами.

Задачи:

1. Изучить влияние велоспорта на организм.
2. На основе анализа научно-методической литературы выявить влияние оздоровительных занятий велоспортом на развитие физических качеств.

Результаты исследования. Проведенный анализ литературы позволяет утверждать, что в процессе занятий велосипедным спортом развиваются все пять физических качеств – выносливость, сила, быстрота, ловкость, гибкость. Степень развития этих основных качеств определяет уровень общей физической подготовленности человека. Структура спортивной деятельности велосипедиста позволяет определять оптимальные нагрузки для различных категорий лиц в соответствии с их физическими возможностями, что ставит велосипедный спорт в ряд наиболее доступных средств поддержания необходимой физической формы и уровня здоровья [1, 2, 5].

Оздоровительные занятия велосипедным спортом позволяют улучшить общий уровень здоровья у детей по следующим направлениям:

- обеспечение всестороннего физического и умственного развития;
- формирование навыков и умений управления велосипедом;
- воспитание черт спортивного характера.

Применяя езду на велосипеде с оздоровительной целью, следует учитывать разнообразные личные интересы детей, основными из которых могут быть следующие.

Улучшение общей физической подготовки. Такую цель ставят перед собой люди, заинтересованные в повышении своих двигательных качеств: силы, быстроты, выносливости, ловкости. Занятия с такой целью предполагают применение широкого круга общеразвивающих упражнений, которые способствуют улучшению общей физической подготовки человека [8].

Оздоровительная цель. Езда на велосипеде благоприятно влияет на состояние сердечно-сосудистой и дыхательной систем. Циклические движения оказывают положительное тренирующее воздействие на состояние сердечной мышцы и сосудов: во время сокращения мышцы выталкивают из вен кровь, во время расслабления вены наполняются кровью. Под физической нагрузкой в транспортной системе кислорода происходят изменения, заметные уже в течение первых недель тренировок. К их числу следует отнести: а) уменьшение объема крови, необходимого для транспорта определенного количества кислорода; б) стабилизация венозного кровотока и оптимальное наполнение желудочков сердца; в) увеличение сократительной способности миокарда.

Как показывает практика, тренировочный эффект наступает и исчезает достаточно быстро. Это еще раз подчеркивает не только пользу систематических занятий, но и необходимость постоянства и непрерывности такой тренировки организма. В результате наблюдений было выявлено, что при постоянных в течение 1,5-2 лет поездок на велосипеде у детей наблюдаются изменения, проявляющиеся в увеличении объема легких, уменьшении ЧСС на 8-10 сокращений в минуту. Это свидетельствует об увеличении продуктивности работы сердечной мышцы и снижении риска различных заболеваний [1, 2].

Не менее важное влияние оказывают оздоровительные тренировки на велосипеде и на обмен веществ в организме. В результате тренировок совершенствуется система обмена, сгорают лишние жиры, умеренно увеличивается мышечная масса. Люди теряют лишний вес, становятся стройными и подвижными. Помимо всего этого повышается акклиматизация к высокой температуре (снижается чувствительность к тепловому удару), возрастает устойчивость организма к различным стрессам [2].

Во время езды на велосипеде в работе участвуют 206 костей и около 600 мышц. Это значительно укрепляет двигательный аппарат растущего ребенка.

Особенностью езды на велосипеде является отсутствие резких движений, резких динамических нагрузок (прыжок, шаг при быстром беге и т.п.). Это в некоторой мере исключает возможность травм мышц, связок и костей. Кроме того, люди с заболеваниями суставов получают от занятий на велосипеде

значительную пользу. Во время езды на велосипеде тяжесть тела равномерно распределяется на несколько опорных точек, предотвращает чрезмерное напряжение, локальное утомление и травматизм связочно-суставного аппарата ног. Это позволяет увеличить время и интенсивность физических нагрузок, целенаправленно развивать возможности сердечно-сосудистой и дыхательной систем детей и, соответственно, оказывает существенный оздоровительный эффект [10].

В результате анализа доступной научной и научно-методической литературы установлено, что постоянные занятия на велосипеде обеспечивают следующие положительные изменения:

1. Мышцы, ответственные за дыхание, становятся более развитыми для жизненно-важных функций;
2. Увеличивается эффективность сердечной мышцы;
3. Снижается ЧСС в состоянии покоя;
4. Нормализуется кровяное давление, улучшается циркуляция крови;
5. Увеличивается число красных кровяных телец, доставляющих кислород в ткани;
6. Наблюдается значительное улучшение психологической устойчивости к стрессам [1, 2].

Вывод. Систематические занятия велосипедным спортом оказывают оздоровительный эффект на растущий организм детей и подростков, выражающийся в укреплении костно-мышечной, развитии дыхательной, сердечно-сосудистой, нервной и других систем. Поэтому в настоящее время велоспорт является самым доступным и эффективным средством укрепления здоровья подрастающего поколения, наличие которого обеспечивает достижение самых высоких жизненных целей [1]. При этом каждый ребенок вправе сам для себя выбрать наиболее приемлемый способ для получения необходимого оздоровительного эффекта.

#### **Литература:**

1. Агасьян В.А. Использование велотренажера wattbike в тренировочном процессе велосипедистов-шоссейников / В.А.Агасьян, В.З. Яцык, В.А.Сучков // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – С. 3-4.

2. Агасьян В.А. Сравнительные характеристики датчиков мощности педалирования / В.А. Агасьян, В.З. Яцык, В.А.Сучков // Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа: Материалы конференции. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – С. 300-301.

3. Велоспорт как один из циклических видов спорта  
[https://studbooks.net/2423207/turizm/ozdorovitelnoe\\_znachenie\\_zanyatiy\\_velosportom](https://studbooks.net/2423207/turizm/ozdorovitelnoe_znachenie_zanyatiy_velosportom)

4. Занятия велосипедным спортом  
[http://stud.wiki/sport/2c0b65625a2bd79b4c43a89521316c36\\_0.html](http://stud.wiki/sport/2c0b65625a2bd79b4c43a89521316c36_0.html)

5. Кирбабина Е.А. Планирование годового цикла велосипедистов-шоссейников / Е.А. Кирбабина, Т.А. Кирбабина, В.З. Яцык // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – 24 с.

6. Кирбабина Е.А. Развитие велосипедного спорта Российской Федерации в 2010-2020 годах / Е.А. Кирбабина, В.З. Яцык / Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – 23 с.

7. Популяризация идеи здорового образа жизни в молодежной среде <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fnovainfo.ru%2Farticle%2F14352>

8. Сучков В.А. Использование статодинамических упражнений в велосипедном спорте на шоссе / В.А. Сучков, В.З. Яцык, В.А. Агасьян // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – 48 с.

9. Сучков В.А. Контроль тренировочной нагрузки велосипедистов-шоссейников на основе показателей ЧСС / В.А. Сучков, В.З. Яцык, В.А. Агасьян // Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа: Материалы конференции. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – С. 313-315.

10. Яцык В.З. Успешный ребенок – здоровый ребенок / В.З. Яцык, Н.О. Букреева // Образование, инновации, исследования как ресурс развития сообщества: Сборник материалов II Международной научно-практической конференции. БУ ЧР ДПО «Чувашский республиканский институт образования» Минобразования Чувашии. – Чебоксары: Издательский дом «Среда», 2018. – С. 399-402.

## ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ СПОРТИВНЫЕ ПОХОДЫ

В.З. Яцык, А.Н. Бурякова

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры спорта и туризма», г. Краснодар

***Аннотация.** Сегодня в России активно продвигается и популяризируется тема спорта и здорового образа жизни. Государство путем выделения необходимых ресурсов активно поддерживает самые разнообразные занятия физической культурой среди школьников и студенчества. В представленной статье рассматривается один из вариантов привлечения молодежи к здоровому образу жизни через туристские походы, так как спортивный туризм как средство физической культуры способствует формированию физического и психического здоровья подрастающего поколения.*

***Ключевые слова:** здоровый образ жизни, спортивный туризм, спортивные походы, туризм, современная молодежь.*

На сегодняшний день рост значимости информационных технологий в жизни общества, автоматизация многих трудовых процессов, большая умственная и психологическая нагрузка сформировали проблему низкой двигательной активности всех слоев населения, включая в первую очередь детей и подростков. Негативное воздействие на здоровье низкой двигательной активности в значительной степени усугубляется плохой экологией, отсутствием режима питания у учащейся молодежи [1, 4].

Для осмысления молодежью важности профилактических мер, необходимых для укрепления и сохранения здоровья, требуется повысить социальную значимость физической культуры и спорта как основного фактора, влияющего на здоровье, так как включенность человека в активные занятия физической культурой и спортом на протяжении всей жизни формирует осознанную необходимость ведения здорового образа жизни [2, 7].

Проблема воспитания подрастающего поколения, его психического и физического оздоровления как граждан новой России, вышла на первый план и стоит особенно остро. Одним из многочисленных средств решения этой проблемы являются занятия спортивным туризмом [3].

Спортивный туризм обладает притягательной силой. Люди, которые побывали в походах, убеждены в пользе данного вида двигательной активности, поскольку это не только средство физического, но и прикладного воспитания. Велика роль туризма в воспитании нравственных качеств личности обучающихся. Нельзя недооценивать стремление детей и подростков к новизне и к приключениям. Туризм в данном случае – прекрасное средство, которое естественным путем удовлетворяет эти потребности подростков [5, 6].

Походы служат контрастной переменной монотонной жизни подростков. Это вид активности, где всегда необходимо перемещаться. Занятия спортивным туризмом обеспечивают смену обстановки и заменяют обычный образ жизни. Чистый воздух, активный вид отдыха способствуют физическому оздоровлению. Наступает психологическое расслабление, так как отсутствуют раздражающие факторы производственной и городской среды (шум, напряженность рабочего режима, суетность городской жизни и т.д.). Наряду с этим походы способствуют раскрытию личностных качеств, не проявляемых ими ранее в условиях образовательного учреждения [1].

Основной функцией туризма с социальной точки зрения является рекреационная, способствующая восстановлению жизненных сил человека. Это обусловлено тем, что занятия туризмом положительно влияют на все функциональные системы организма человека, так как на тренировках по спортивному туризму работа может осуществляться во всех зонах мощности [6].

Однако туризм не ограничивается пассивной формой восстановления физических и психических сил. Разные виды деятельности в походе позволяют активно познавать явления природы, устанавливать новые социальные контакты, дружеские и деловые связи.

Походы оказывают несомненное положительное влияние на формирование и развитие личности. Кроме восстановительной функции, они несут в себе большой гуманитарный потенциал. Для человека, а особенно для подростков, всегда очень важно увидеть своими глазами, услышать, потрогать, попробовать все самому.

В походах чувство ответственности за свою жизнь и за жизнь сверстников возрастает, увеличивается самостоятельность, чуткость к товарищам. Большинство молодежи, идя в поход, хотят проверить себя на храбрость, терпение и умение действовать в команде.

В одной из школ города Краснодара был проведен опрос учеников для определения влияния спортивного туризма на формирование мотивации к занятиям физической культурой. В опросе участвовали обучающиеся 6-8 классов, которые были распределены на группы в соответствии с их отношением к спортивному туризму.

Таблица 1– Качественный состав обследуемых

№ п/п	Группы обследуемых	Класс обучающихся в образовательном учреждении			
		6	7	8	всего
1.	Не посещают спортивные секции и не знают о спортивном туризме	32	38	33	103
2.	Иногда выходят в горы и имеют представление о туризме как виде спорта	26	29	41	96
3.	Тренирующиеся спортсмены-туристы	15	17	9	41

Респондентам необходимо было ответить «да» или «нет» на 40 вопросов, визуализируя ситуацию без долгого обдумывания. Результаты обрабатывались через сравнение ответов испытуемых с ключом и представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка уровня мотивации к занятиям физической культурой и спортом перед началом летнего периода

Группы обследуемых	Уровни мотивации, %				
	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий	Очень высокий
Не посещают спортивные секции и не знают о спортивном туризме	6	22	14	1	0
Иногда выходят в горы и имеют представление о туризме как виде спорта	1	4	31	4	0
Тренирующиеся спортсмены-туристы	0	1	2	10	4
Всего	7	27	47	15	4

Представленные результаты в таблице 2 указывают на то, что у 47% опрошенных средний уровень мотивации к занятиям физической культурой и спортом. Учащиеся, не занимающиеся спортом и не знающие о спортивном туризме, показали самый низкий уровень мотивации.

Необходимо отметить, что наиболее высоким уровнем мотивации обладают обучающиеся, которые регулярно посещают занятия по спортивному туризму.

Чтобы исправить ситуацию, на протяжении летнего периода мы выводили слабо мотивированных учащихся в походы выходного дня (ПВД), которые включали элементы спортивного туризма группы дисциплин «дистанция». В начале учебного года было проведено повторное анкетирование, результаты которого представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Оценка уровня мотивации к занятиям физической культурой и спортом в начале учебного года

Группы обследуемых	Уровни мотивации, %				
	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий	Очень высокий
Не посещают спортивные секции и не знают о спортивном туризме	4	12	15	10	2
Иногда выходят в горы и имеют представление о туризме как виде спорта	0	2	18	14	6
Тренирующиеся спортсмены-туристы	0	0	1	8	8
Всего	4	14	34	32	16

Анализ полученных данных свидетельствует о том, что участие в спортивных походах способствует повышению мотивации подростков к занятиям физической культурой и спортом.

Говоря о преимуществах занятий спортивным туризмом, нельзя не отметить его доступность и относительную дешевизну. На данный период времени в Краснодарском крае уделяется большое внимание данному виду спорта. Центром туризма и экскурсий ведется огромная работа, включающая пропаганду, организацию походов и соревнований, а также подготовку и переподготовку кадров.

### **Литература:**

1. Долгополов Л.П. Современные тенденции развития массового спорта при помощи туристских слетов, походов и туриад / Л.П. Долгополов, А.Н. Бурякова // Развитие физической культуры и спорта в контексте самореализации человека в современных социально-экономических условиях: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции (11-12 ноября 2015, Липецкая область). Липецк: ГОБУ ИАЦР ФКиС ЛО. – М.: Издательство Перо, 2015. – 32 с. [Электронное издание].

2. Долгополов Л.П. Подходы к многолетней подготовке юных спортсменов туристов / Л.П. Долгополов, А.С.Чеснокова // Материалы Межрегиональной научно-практической конференции «Инновационные подходы в туристско-краеведческой деятельности системы детско-юношеского и молодежного туризма: проблемы и перспективы развития» (Вторые Бочаровские чтения 18.12. 2014 г., г. Краснодар). – С. 102-104.

3. Яцык В.З. Технология активизации спортивно-массовой физкультурно-оздоровительной работы в школе / В.З. Яцык, О.Н. Костюкова // Современный олимпийский спорт и спорт для всех: Материалы конференции. VII Международный научный конгресс. – Москва, 24-27 мая 2003 г. – С. 22-25.

4. Яцык В.З. Основы педагогической деятельности: физическое воспитание студентов средних специальных и высших: учебных заведений / В.З. Яцык, Н.В. Иванова. – Краснодар, КГУФКСТ, 2014. – 228 с.

5. Яцык В.З. Проект многолетней подготовки юных спортсменов-туристов / В.З. Яцык, А.С. Чеснокова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2015. № 1. – С. 38-39.

6. Яцык В.З. Внетренировочные и внесоревновательные факторы, влияющие на подготовку спортсменов-туристов в дисциплине «дистанция» / В.З. Яцык, А.С. Чеснокова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2017. – № 1. – 77 с.

7. Яцык В.З. Физическая подготовка спортсменов-туристов в дисциплине «дистанция – пешеходная» на этапе спортивного совершенствования / В.З. Яцык, А.С. Подгорная //Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 2. – С. 41-47.

## COMPETITIVENESS OF HILTON GARDEN INN KRASNODAR

**E.I. Getman, A.V. Yaroshchuk**

FSBEE HE «Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism»

***Abstract.** The paper deals with such an important up-to-date subject as the hospitality industry Hilton Garden Inn Krasnodar Hotel which is one of the best in Krasnodar Region constantly and successfully proves its advantages and competitiveness in the problems of the occupancy rate, high qualified staff of employees, pleasant and friendly atmosphere and all that helps it meet the world demands and hotel standards of the very high level.*

***Keywords:** Hilton Garden Inn Krasnodar, occupancy rate, franchise, employee, competitiveness, facilities, equipment, high quality service.*

Holiday-makers like to visit countries and cities, see the beauty of the sights walking through the fascinating halls of museums and exhibitions and enjoy the atmosphere of a new place. Travelers go to other cities on business or conferences.

Hotels have been set up to provide overnight stays, meals and rest, congresses and conferences.

A hotel is a temporary home for people who are travelling. So there are hotels, motels, hostels, inns, guest houses where tourists stay in the place of their destination.

In the period of their travelling tourists may stay at any of them working independently or on the conditions of franchising. The system of franchising is profitable for a hotel due to income. The franchise isn't for free. The company owner receives income from this activity. In some large cities and capitals in different countries, there is for example a Hilton Garden Inn. The hotel Hilton Garden Inn Krasnodar is the first international chain hotel in Krasnodar. The hotel chain of the Hilton Garden Inn itself includes more than 670 hotels worldwide. It is one of the first among all the hotels in Krasnodar, built in full compliance with international standards and meets the high requirements of Hilton Worldwide.

Speaking about the hotel competitiveness, it is impossible not to mention the importance of the franchising. The acquisition of the franchise dealing with the hotel of the international level contributes to the loyalty of foreigners. Perhaps, this fact is a key competitive advantage of the Hilton Garden Inn Krasnodar which exceeds the level of other hotels in the city. For a hotel that works under a franchise agreement, a competent manager, who has experience with the hotel facilities in franchising, is especially important. General Manager of the Hilton Garden Inn Krasnodar is an experienced specialist in the field of hotel business on a franchise basis. She organizes the hotel in accordance with all standards, requirements and conditions of the Hilton Garden Inn franchise. Frequently, franchise hotels practice managerial exchanges, which allow for the introduction of new ideas and new views on management into the workflow - in other words, "breathing new life into the hotel".

Hilton Garden Inn is a four stars hotel and is designed for travelers who are on business trips on weekdays, as well as for a family holiday for the weekend. The convention business is very profitable for the hotel industry. It guarantees a good occupancy rate for the hotel. So the hotel is well equipped for conventions and meetings. For conferences, there is a conference hall, a lecture room, a press booth, and all the necessary convention equipment. Today, Hilton Garden Inn Krasnodar is one of the best Russian representatives of the Hilton Garden Inn brand in the southern capital of Russia.

Equipment inc. In rental fees: video projector, projection screen, sound, flip chart, notepads, pens, water on request

Also, the hotel chains like Hilton Garden Inn have several competitive advantages over individually owned and operated establishments. One of the most important of these is having the recourse to spend more money on advertising.

Hilton hotels, which have five stars and luxury equipment, and Hilton Garden Inn hotels with four stars should not be confused. Zorica Nicholas, general manager of the Krasnodar hotel, says that they don't position themselves as a luxury establishment for rich people. According to her, they primarily provide accommodation for business people coming on business trips, sports teams, creative teams and ordinary tourists. Statistics shows that on weekdays the hotel is filled with business people who come here to take part in conferences, meetings and trainings.

The hotel is never empty. Businessmen are replaced by ordinary guests not only from the Krasnodar region and the city of Krasnodar but also by the representatives from other countries. A franchise agreement for the hotel is drawn up on 120 sheets, where everything is written down, down to the smallest detail - how many pieces of soap should be in the bathroom and how often towels should be changed. The fact that Hilton Garden Inn Krasnodar is the only international chain hotel in the city makes it especially popular among foreigners. For example, guests from the UK, USA, Germany, Holland, Turkey, and China often stay at the Hilton Garden Inn. It is very interesting for foreigners to visit southern Russia and see how people live here. Therefore, hotel managers do everything to meet the needs of customers in providing such services.

As for the equipment and the interior in the hotel in comparison with the five-star Hilton hotels doesn't have a full range of services. For example, they don't have available pools or spa treatments. But this doesn't make this kind of hotel worse than others. The absence of this service is replaced by the presence of a cozy restaurant with excellent cuisine, which different group of visitors are so fond of. The restaurant menu has its own style, it is "fusion". That is, it is a mixture of Russian, American and European cuisine.

Who is a typical hotel guest? Often it is a businessman aged from 35 to 40, belonging to the upper middle class.

One of the features of the hotel is based on the English tradition of having afternoon tea. It means that customers can order a cup of tea with cakes, sweets, and sandwiches at noon. Guests can not only have a delicious dinner here but also

celebrate a wedding or hold an event of the medium scale. Also, the hotel can offer opportunities for a romantic weekend or help in planning any events of the same plan.

Speaking about the price range, the Hilton Garden Inn is guided by its own motto, which says: "Reasonable price for excellent services." Although the hotel does not provide a wide range of luxury services, however, a limited range of services allows a person to keep prices within reasonable limits. Rates vary according to the length of stay and season. The hotel is often filled to its full capacity. And this is the best objective indicator that the accommodation, services and prices at the Hilton Garden Inn Krasnodar completely satisfy their guests.

Today, according to the statistics of the site [www.booking.com](http://www.booking.com) among the tourists' opinion concerning the assessment of the quality of service, Hilton Garden Inn ranks as the 2nd and has a rating of 9.2 (Excellent) out of 10. The figures are reflected in the diagram 1.

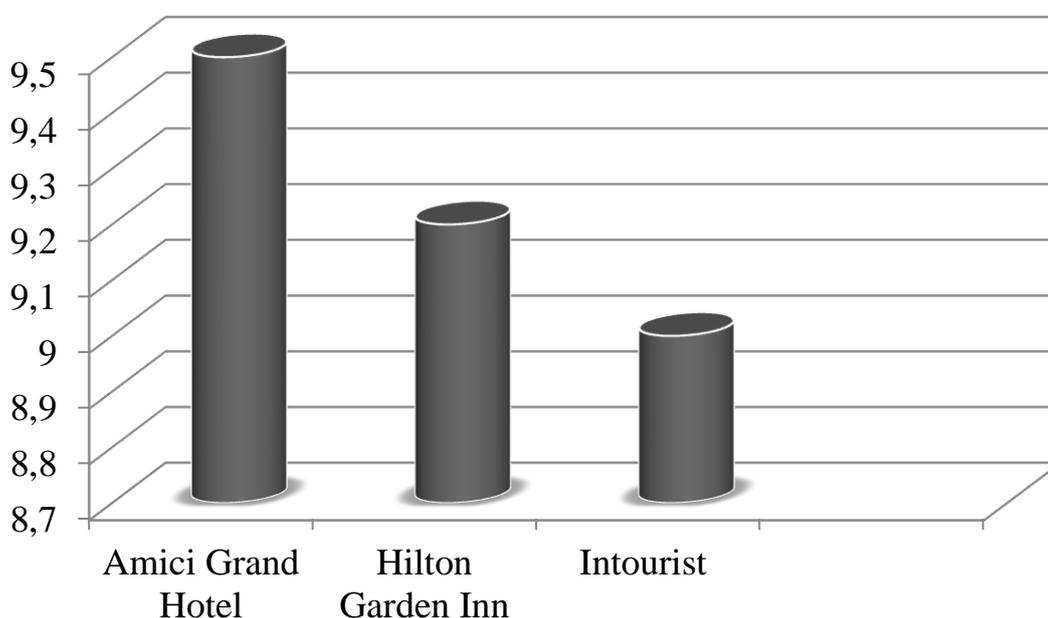


Diagram 1 – Krasnodar Hotels' rating

There is another indicator on which the hotel can compete with other hotels in the city. This is its equipment and service. It offers 165 modern comfortable rooms of various categories. The hotel provides absolutely clean furnished rooms. The quality of high furniture is also available for small children, which allows travelers to come with their families. In the hotel rooms there is TV, high speed internet, a mini fridge, a desk, a safe and also an ironing board. Moreover the tea and coffee set and much more, that can allow the guest to rest comfortably, are at the disposal of the guests. The hotel has a restaurant, often featuring various kinds of food, as well as different prices. The hotel provides, for example such room service as food and drink that are brought to the guest's room. Food and beverage service is one of the major factors in hotel operations. The income derived from this source actually exceeds the income from rentals. The food and beverage income in many hotels is increased also by providing service for banquets and conventions.

In addition, guests have the opportunity to use a bar, a covered terrace, a conference room, 24-hour business and fitness center, a laundry, and even a mini market. Of course, there is parking, the territory of which is fully guarded. The proportion of employees to guests and guest rooms is also a matter of prime importance.

It is interesting also to know what else makes Hilton Garden Inn Krasnodar one of the best non-smoking hotels in the Krasnodar region. This is due to the fact that in addition to serving the guests hotel governing body invests into their specialists, improving their skills through various regular training and meetings. High-quality tourist service should include service and customer satisfaction, - this is what the general manager and the entire staff of Hilton Garden Inn Krasnodar are guided by. Of course, the front desk personnel plays an important role in the hotel life. The primary job of the front desk personnel is to take care of the check-in and check-out procedures and to provide helpful information to the guests in order that their stay in the hotel may be comfortable and convenient. The front desk personnel ability to work smoothly is an important factor in the success of the hotel too.

Besides, Hilton Garden Inn Krasnodar is ahead of other hotels due to its convenient location. The hotel is located in the city center at the intersection of Krasnaya and Mir streets. The case is that Krasnaya Street is the main street in the city of Krasnodar, where dozens of tourists go every day. On weekends, when the road is blocked for cars, travelers and business people fill the street. The favorable location provides convenient access to the airport, railway station and all key thoroughfares.

At the Russian Investment Forum in Sochi, the hotel top managers signed an agreement on the imminent construction of another additional Hilton hotel building just behind the mail hotel building at the same intersection of Krasnaya and Mira streets. According to the agreement, the new hotel promise will be connected with the old one, thereby expanding the territory and increasing the number of services and rooms provided. In accordance with the plan, the extended hotel will be already ready to receive its guests in two years.

Today, the secret of Hilton Garden Inn success is that from the very beginning the hotel management has learned the instructions of its owners, who invest into the development of the brand. In accordance with the conditions and requirements of the leading company, the head manager and the key personnel of the hotel should follow such basic principles as: to love guests; to love colleagues; to love the city in which you live and work.

Not only the rule to follow these principles guarantees a positive reputation and high appreciation of the hotel. An important role is played by the interrelation of tourists and the staff, which is manifested in the communication of customers even after their departure. Thanks to the warm atmosphere and friendly hospitality, hotel guests feel themselves like at home. And this is a very important indicator of the high quality service. The staff and the guests of the hotel present a strong and friendly family, supporting each other.

Hospitality is the ability to sincerely accept, serve and satisfy the needs of guests. It is a sign of good nature, openness and respect. This is a specific industry, as the art of hospitality is not given to everyone. Hospitality is the secret of any caring service. Caring, shown in the relation to the guest, the ability to feel the needs of the client is elusive but it is so obvious in the behavior of the employees. The staff of the Hilton Garden Inn Krasnodar really provides its guests with high-quality service and reveals sincere care. The Hilton Garden Inn Krasnodar is one of the first and the best hotels not only in Krasnodar but also in the region. If you want to get high quality service, enjoy your vacation or work in a quiet atmosphere, then you should definitely choose the Hilton Garden Inn.

**References:**

1. Zorica Nicholas “I have Invested Part of My Heart and Love to the Hotel”//, “South Times”. – Krasnodar. – 2014.
2. <http://hgikrasnodar.ru/>
3. [https://studbooks.net/698846/turizm/usloviya\\_franshizy\\_hilton\\_garden](https://studbooks.net/698846/turizm/usloviya_franshizy_hilton_garden)
4. [https://vuzlit.ru/354450/hilton\\_garden](https://vuzlit.ru/354450/hilton_garden)
5. <https://www.booking.com/hotel/ru/hilton-garden-inn-krasnodar.ru.html>

## ATTRACTION OF TOURISTS TO THE SOCHI AREA ON THE BASIS OF DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF EVENT TOURS

**M.V. Koreneva, N.S. Leontieva, L.S. Leontieva**

FSBEE HE «Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism»  
FSBEE HE «Russian State University of Physical Education, Sports, Youth and  
Tourism (SCOLIPE)»

***Abstract.** The work is devoted to the attraction of tourists to the Sochi area. The essence of event tourism has been revealed, the survey results conducted among Russian tourists to learn their interest to Sochi area have been presented, as well as the event tour and recommendations for its promotion have been proposed.*

***Keywords:** attraction of tourists, Sochi area, event tours, development of tours, implementation of tours, domestic tourism.*

Today, more than ever, the issue of development of domestic tourism is relevant. The state invests money in tourism infrastructure, legislative, scientific base relating to tourism activities. One of the most promising and dynamically developing areas in tourism is event tourism, the share of which in the sector of tourist services increases annually. Modern tourists, like any other «territory consumers», are more and more interested in not only traditional sights, but more in the life of the territory, its style and rhythm, events which happen there. Events are an important factor forcing tourists to visit various regions of Russia.

Event tourism is a unique type of tourism, as it is rich in its content. Events are implemented in the existing social and cultural landscape and they are catalysts for the process of integration, popularization of values, an important tool for the achievement of mutual understanding and cooperation, enriching the cultures of different peoples. In recent years, major sporting, cultural, business events have become an important element of public policy. Many countries, including Russia, are actively fighting for the right to hold various events of international scale on their territory. Countries include these global events in their economic development strategies, solving several problems on their basis, including infrastructural modernization, promotion on a global level and, as a consequence, attraction of tourists and investors [2, 6].

Event tourism today is not only a promising and dynamically developing segment of the global tourist market, but also a bright, multifaceted, infinitely fascinating tool for the advancement of the territory. Understanding the important role of event activities in modeling of the regions image in order to implement the image policy, it is necessary to consolidate the efforts of specialists in the field of public communications and regional authorities for the solution of actual problems connected with the formation of a positive image. The result of this interaction should be new points of attraction of tourists [3].

One of the leaders of domestic tourism in the Russian Federation in 2018 was Krasnodar region, which includes Sochi area. Currently, the Sochi City Administration has a special interest to event tourism. The resort's annual event calendar has hundreds of events, as well as sport ones, which are held at the Olympic venues. Sochi is also one of the largest festival and entertainment centers in Russia. For example, every summer since 1991, the elite of Russian cinema meets in Sochi for a week, because one of the main local festivals of the industry - «Kinotavr» is held here. Every year since 2002 a traditional investment forum takes place. The 2017 event calendar contained 290 events. Thanks to such major events as the World Festival of Youth and Students, Sochi managed to collect 67 thousand guests, and the FIFA Confederations Cup - about 25 thousand guests. In 2018, Sochi became one of the 11 host cities of the 2018 FIFA World Cup [4].

One of the new events is the «IKRA» festival, which was first held in 2017 and gathered in one place the best chefs of the world, whose restaurants reached the top ranks of the ratings «The World's 50 Best Restaurants», leaders of the Russian restaurant business and the authoritative Russian and foreign speakers in the world of gastronomy. To taste the dishes of famous masters, people go on trips and book tables one year beforehand. The masterpieces they create in the kitchen speak of them as virtuosos of their craft. Michelin stars and 50 Best Rating confirm that chefs determine the direction of development of the world restaurant industry, and their philosophy turns chefs into vibrant cultural figures of our time. At the «IKRA» gastronomic festival, they hold dinners and master classes, demonstrating their skills and sharing secrets [1, 5].

As part of the day program of the «IKRA» festival famous restaurant critics and culinary experts, organizers of international gastronomic festivals and creators of culinary tv-shows tell about a modern gastronomic culture, at which point craft becomes art and new life philosophy, where ratings come from and who opens the best restaurants in the world, how international gastronomic community creates platforms for cultural exchange and interaction [1].

In order to study the interest of Russian tourists in participation in gastronomic festivals and exploration of the sights of the Sochi area, the survey has been conducted. As it was shown by the results, 46% respondents are visiting the region not for the first time, 91% like to learn places of interest in the territories they visit, for 81% it would be interesting to study the Olympic venues of the 2014 Olympic Games, 97% like to taste national dishes and drinks, nevertheless 88% never participated in gastronomic festivals, but 74% would like to take part in this kind of events. But if to talk about the «IKRA» festival, which takes place at the «Rosa Khutor» ski resort, only 29% of respondents know about it, which indicates the need for additional promotion of the event.

In order to develop event tourism in the Sochi area, the tour with a visit to the «IKRA» gastronomic festival has been projected. The tour program includes attending the festival with master classes, lectures, après-ski, acquaintance with Sochi during the night sightseeing tour, study of the Olympic heritage sites of the mountain and coastal clusters, «Olympia» cable pass, ski pass on a single lift on the cable car to

a height of 2,200 meters, breakfast in the lobby bar and dinners in the «Grelka» restaurant [2].

To implement the developed event tour with a visit to the «IKRA» gastronomic festival among foreign tourists it has been proposed to travel agencies:

1. To contact the «IKRA» festival organizers with a proposal for cooperation in meeting / seeing off, accompanying, accommodating guests of the festival, preparing an excursion program.

2. To render services in assistance in registration of invitations, to collect documents for obtaining entry visas to the Russian Federation for citizens of the countries that need a visa and also to organize meeting / transfer service at the airport with assistance in passing immigration control.

3. To prepare English-speaking guides for the purpose of conducting excursions for foreign guests in the region, competent in the issues of history, culture, customs and traditions of Krasnodar region, as well as those who know the history, features of national cuisine.

4. To make a proposal to the organizers of the festival to apply to the Consulates of the countries, located in Krasnodar region, for the assistance in the organization of press tours about the Sochi area, spreading information and inviting foreign media representatives.

#### **References:**

1. «IKRA» festival: [Electronic resource] URL festival <https://ikrafest.com> (accessed date 20.04.2019).

2. Koreneva M. V. Attraction of tourists to Sochi region on the basis of the development and implementation of event tours programs / M. V. Koreneva, E. V. Polzikova, E. L. Zadneprovskaya // Management of the strategic development of the main areas and sectors of the national economy in the context of modern challenges. - 2018. - P. 436-441.

3. Minakova A. S. Modern realities of the organization of international inbound tourism in Krasnodar region / A. S. Minakova, E. A. Eremina // Abstracts of the XXXXII scientific conference of students and young scientists of the Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism. - 2015. - P. 163-164.

4. Official website of the Sochi city-resort: [Electronic resource] URL <https://www.sochi.ru/gorod/turizm/sobyty-turizm> (accessed date 19.04.2019).

5. Official website of the National Award «Russian Event Awards»: [Electronic resource] URL <http://rea-awards.ru> (accessed date 19.04.2019).

6. Polzikova E. V. Music festivals as a promising direction for the development of event tourism / E. V. Polzikova, T. A. Samsonenko // Ways to improve the effectiveness of management activities of public authorities in the context of socio-economic development of territories. - 2018. - P. 319-321.

**DEVELOPMENT OF SMALL TOWNS IN KRASNODAR REGION BY  
MEANS OF TOURISM (AS AN EXAMPLE OF NOVOKUBANSK)**

**M.V. Koreneva, N.S. Leontieva, L.S. Leontieva**

FSBEE HE «Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism»  
FSBEE HE «Russian State University of Physical Education, Sports, Youth and  
Tourism (SCOLIPE)»

***Abstract.** The work is devoted to the development of small towns in Krasnodar region by means of tourism. The analysis of the current state and prospects for the development of tourism in Novokubansk district of Krasnodar region has been conducted, the main tourist sites and types of tourism that have the potential for their development in this region have been revealed, as well as the tour programs to Novokubansk district have been proposed.*

***Keywords:** development of small towns, Krasnodar region, Novokubansk town, Novokubansk district, tourism.*

Currently, the Russian Federation has a huge potential for the development of a powerful tourist market within the country. But the main thing is to learn how to use tourist and recreational resources wisely and efficiently. Moreover, most of the potential is concentrated in small cities of the country. In this regard, the problems of the development of the tourism industry in small cities of Russia are increasingly discussed at various conferences and tourist forums. In most small cities of our country the national historical and cultural potential has been preserved and they play an important role in tourism. First, small cities are a kind of transitional stage from urban culture with its significant professional component to traditional rural. A small town is valuable, first of all, because it is tightly bound to the rural periphery, surrounding area and villages, being a kind of a «capital» of the rural area. Secondly, the most important feature of a small center is the interaction with wildlife, pristine landscape unlike almost entirely artificial environment of a big city. Thirdly, the social organization of life in a small city is characterized by such parameters as slowness and regularity of everyday life, close acquaintance of residents with each other. In this regard, social information, settling for many years in the environment of a small city (traditions, customs, myths, folklore, etc.), is saved longer and is always in demand [1, 3].

Unfortunately, the potential of a small city is often not used at the proper level, that is the reason why in the end suffers its social-cultural development in general. Among the most relevant problems of the development of small cities is a comprehensive identification of historical and cultural resources, in other words, the identification of the place, its study and popularization among local population,

professional organization of tourism. The solution of these problems reduces the risk of isolation of small centers, while simultaneously increasing their standard of living.

For example, in Krasnodar region, the urban network is relatively small compared to other regions of the Southern Federal District and has 26 cities (11 small cities, 4 large and 11 medium). So, some cities are developing at a faster pace. Others are stagnant. And some lose their population and gradually turn into villages. There is an objective need to develop effective measures to support small cities. In this situation, it is tourism that can serve as a factor of their development, since it has a certain influence not only on the region in which it develops, but also on the material and spiritual fields of human activity and society, connected with the development of entrepreneurship, production and provision of services, inseparable from the demand for services and their consumption, inextricably linked to people's needs, their rest, income, lifestyle, etc. [1, 2].

One of the small cities with potential for the development of various areas of tourism is Novokubansk. Therefore, the study of the current state and development prospects of Novokubansk district, as well as the development of a new interesting tourist product, can serve as a factor in the development of the hospitality industry in the region, which in turn, will lead to cash flow to the local budget and the provision of jobs for the local population.

Thus, the analysis showed that this area is a completely unknown tourist destination, but it has the potential to develop the tourism industry. The main economic activity of the district is agriculture, which makes the development of fishing, hunting and agricultural tourism possible [5].

The development of cultural and educational tourism provides Novokubansk Museum of Local Lore with numerous collections of numismatics, archeology, applied art, archival documents of the period of the Great Patriotic War, household items, as well as the House of the landowner Shcherbak – the grandfather of the writer Alexander Solzhenitsyn, where he spent his childhood [4].

The development of equestrian tourism in the area is possible thanks to the factory «Voskhod», where thoroughbred horses are bred.

Gastronomic tourism can be organized on the basis of a visit to the Novokubansk Brandy Factory [6].

Even the development of anomalous tourism is possible thanks to the Novokubansk circles, which remain the secret of ufologists and to the present.

Based on the study, it was also revealed that the existing potential of the district is not used properly, and for the further development of tourism industry it is necessary to develop new programs, routes in the district, as well as their promotion. In connection with this, a one-day program and a weekend tour «Novokubansk secrets» have been formed with a visit to the city of Novokubansk and exploration of its main attractions (the Stele at the entrance to the city, Center for Social and Cultural Activities for citizens, Museum of Local Lore, the Estate of Solzhenitsyn, Monument to the Cossacks-founders, Quenchless Flame); Novokubansk neighborhood (Pushkinskaya Polyana, Novokubansk channel, city beach, «Voskhod»

stud farm). For a group of adult tourists, a visit to the brandy factory with tasting products is included.

The program also includes a visit to the Besskorbnaya village with a walk through the recreation park, to the wooden church, Museum of Local Lore and the monument in honor of the bicentenary of the Kuban Cossack army. And finally, acquaintance with an unusual place - Novokubansk circles.

Thus, the developed tour will allow to attract additional flow of tourists to the city of Novokubansk, the unknown Beskorbnaya village from the point of view of a tourist destination, but which have historical heritage, valuable for the development of patriotism among both children and adults, instilling a sense of respect for our ancestors, who defended our homeland in various wars and battles, as well as studying the history of the Cossacks and the development of Krasnodar region on the basis of acquaintance.

The entertainment program is available for children and students: horse riding in the factory and amusement rides in the city park of culture and recreation, participation in the concert program with local bands.

Thus, the developed programs can be further used for the development of tourism in the Novokubansk district of the Krasnodar region.

#### **References:**

1. Koreneva M.V. The development of tourism in Novokubansk district of Krasnodar region on the basis of the development of new tours / M.V. Koreneva, E.L. Zadneprovskaya, E.V. Polzikova // Management of the strategic development of the main areas and sectors of the national economy in the context of modern challenges. – 2018. – P. 424-430.

2. Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of Krasnodar region: [Electronic resource] URL <https://min.kurortkuban.ru> (accessed date: 09.05.2019).

3. Minchenko V.G. The influence of external factors on the dynamics of tourism in Russia / V.G. Minchenko, E.V. Vasilenko // Materials of the scientific and scientific-methodical conference of the teaching staff of the Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism. – 2017. – Book 1. – № 1-1. – P. 127.

4. Official site of the municipal formation Novokubansk District: [Electronic resource] URL <http://novokubanskiy.ru> (accessed date: 30.04.2019).

5. Shishlakov A.A. Prospects for the development of rural tourism in Krasnodar region / A.A. Shishlakov, T.A. Samsonenko // Abstracts of the XLV scientific conference of students and young scientists of universities from the Southern Federal District. – 2018. – P. 273-274.

6. Zadneprovskaya E.L. The development of wine tourism in the Krasnodar region / E.L. Zadneprovskaya, A.A. Yurchenko // Economy and Entrepreneurship. – 2016. – № 11-3 (76-3). – P. 501-504.

## XXIX WORLD WINTER UNIVERSIADE OF 2019 IN KRASNOYARSK AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF SPORTS INFRASTRUCTURE OF THE REGION

L.S. Leontieva, N.S. Leontieva, M.V. Koreneva

FSBEE HE «Russian State University of Physical Education, Sports, Youth and Tourism (SCOLIPE)»

FSBEE HE «Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism»

***Abstract.** The article describes the main features of the organization and holding, sports and cultural facilities of the XXIX World Winter Universiade of 2019. For the purpose of subject visualization, the table reflecting the venues of the Universiade, taking into account the types of the preparation for competitions, their capacity and purpose has been given in the article.*

*The results of this study have a wide theoretical application in the educational practice of physical education and sports field in view of the modernization of higher education of this direction. Theoretical materials can be used as a supplement to the history and sports disciplines and special courses, implemented in educational institutions of the Russian Federation and other countries.*

***Keywords:** XXIX World Winter Universiade of 2019 in Krasnoyarsk, sport venues, cultural objects, target functions.*

XXIX World Winter Universiade first were held in Russian city of Krasnoyarsk from 2 to 12 March, 2019. Before that, the winter world student competitions in the territory of our country had not be held, Russian cities twice hosted the World Summer Universiade of 1973 (Moscow) and 2013 (Kazan) [2].

A record number of countries took part in the Winter Universiade (58) and about 3000 participants, including more than 1700 athletes. The debutant of the Winter Universiade was the team of the United Arab Emirates. At the time of the competition five thousand volunteers from Russia and other countries have been involved [3, 5].

For the Winter Universiade-2019, 12 sports facilities were prepared, including «Bobrovii Log» all-season sports and recreation funpark, the Ivan Yargin sports palace, «Raduga» and «Sopka» clusters, «Pervomayskiy» indoor ice rink, «Kristall Arena» and «Rassvet» ice palaces, «Academiya Biathlona» and others [1, 5].

As a result of the analysis and systematization of the targets of the sports infrastructure of the World Winter Universiade in Krasnoyarsk, table 1 was compiled.

«Bobrovii Log» all-season sports and recreation funpark, which is 20 minutes from the center of Krasnoyarsk, in operation since 2006. The park has 14 ski slopes of varying degrees of difficulty with a total length of 9,762 km with a height difference of 350 m, 8 of which have been certified with the international standards established by the International Ski Federation (FIS) [5].

Table 1 – Venues of the XXIX World Winter Universiade-2019

Venues	Type of preparation	capacity / space m <sup>2</sup>	Events
«Bobroviy Log» funpark	Construction of additional facilities, reconstruction	2500 people	Alpine skiing
the Ivan Yarigin sports palace	Reconstruction	32331,58	Curling
«Raduga» cluster	Began operating	25074,4	Cross-country skiing, orienteering
«Sopka» cluster	Began operating	41033,03	Snowboarding, freestyle
«Pervomayskiy» indoor ice rink	Major capital works	up to 200 people	Ice hockey
«Kristall Arena» ice palace	Construction	3500 people / 42 854	Ice hockey
«Rassvet» ice palace	Major capital works	up to 300 people / 6835	Figure skating
«Academiya Biathlona»	Reconstruction and major capital works	9988,5	Biathlon
«Arena. Sever» complex	Major capital works	2587 people	Ice hockey, short track
«Platinum Arena Krasnoyarsk»	Began operating	7046 people / 27040 m <sup>2</sup>	Figure skating, Opening and Closing ceremonies
«Enisey» stadium	Construction	29210	Ball hockey
Central stadium named after Lenin Komsomol	Reconstruction	14575,07	Cultural events

For the Winter Universiade-2019, the Ivan Yarigin sports palace, built in 1981, was completely reconstructed: the new ice equipment and the cold supply system were installed, all engineering systems were replaced or upgraded, taking into account the preservation of the number of spectator seats and the number of floors, as well as the author's stylistic decisions in the facade decoration [5].

«Raduga» and «Sopka» clusters enter «Winter Sports Academy» sports training complex. «Raduga» cluster includes «Raduga» multifunctional sports complex, «Lyzhny» sports coaching unit and start-complex with a ski stadium with lighting and snowmaking, ski-roller tracks [5].

«Sopka» cluster includes «Sopka» multifunctional sports complex; «Snezhny» sports coaching unit; half pipe complex; ski slopes complex; «Freestyle» administrative coaching unit; set of tracks for freestyle; helicopter landing pad for air ambulance [5].

For the Universiade hockey competitions in close proximity to the city center «Kristall Arena» ice palace has been constructed, as well as major capital works have been made, modernization of «Pervomayskiy» indoor ice rink and «Arena. Sever» complex which was also prepared for short track competitions.

«Rassvet» ice palace, where major capital works have been made, functioned

as a training ground. For competitions in figure skating in the «Tikhie zori» neighborhood on the bank of the Yenisei «Platinum Arena Krasnoyarsk» multifunctional complex has been constructed [5].

Completely renovated and reconstructed «Academiya Biathlona» complex includes a sports complex with a hotel with 87 beds; shooting range with 30 target installations and 12 km long ski tracks.

For holding of ball hockey competitions «Enisey» stadium has been constructed, including a hockey field, stands with a canopy with a capacity of 5,000 spectators, block of main rooms, block of physical training rooms, medical block, etc. [5].

As part of the competition at the above sports facilities, 76 sets of awards were played out in 11 sports. The program of the Winter Universiade-2019 included 9 Olympic and 2 non-Olympic sports [3].

As part of the preparation and holding of the XXIX World Winter Universiade of 2019 the extensive cultural program was implemented for exploring original Russian culture and art, which included exhibitions (exhibition of paintings of V.I. Surikov, «Primeval Russia» photo exhibition and others); festivals and competitions («Magic ice of Siberia» festival-competition, «Siberian lumberjack» professional competition and others); concerts and performances («Siberia is mine», «Univervidenie» and others); outdoor activities («Siberian fun», «Universiade Night Run» and others) etc. [1].

Thus, given all the above, we can state the successful organization and holding of the XXIX World Winter Universiade of 2019 in Krasnoyarsk, as well as unique infrastructure, including both sport and cultural-educational, which will be an important development factor of the region [6] and the sports heritage of the Universiade of 2019.

#### **References:**

1. Cultural program – Universiade 2019: [Electronic resource] URL <https://krsk2019.ru/ru/pages/cultural%20event> (accessed date 04.04.2019).
2. Leontieva, L. S. XXVIII World Winter Universiade of 2017 in Almaty: main features and results of the performance of students from Russia and other countries / L. S. Leontieva, N. S. Leontieva, N. Y. Melnikova, M. V. Koreneva // Olympic Bulletin. - Moscow, 2017. – P. – 135-142.
3. Russian Student Sports Union: [Electronic resource] URL [http://studsport.ru/02.03.2019\\_29\\_vsemirnaya\\_zimnyaya\\_universiada\\_2019\\_v\\_krasnoyarske](http://studsport.ru/02.03.2019_29_vsemirnaya_zimnyaya_universiada_2019_v_krasnoyarske) (accessed date 03.04.2019).
4. The XXIX World Winter Universiade solemnly ended in Krasnoyarsk: [Electronic resource] URL <https://www.minsport.gov.ru/press-centre/news/33427/> (accessed date 02.04.2019).
5. Universiade venues - Universiade 2019: [Electronic resource] URL [https://krsk2019.ru/ru/universiade\\_objects](https://krsk2019.ru/ru/universiade_objects) (accessed date 02.04.2019).
6. Zadneprovskaya E. L. Brand and territory branding as a basis for territorial development / E. L. Zadneprovskaya, T. A. Samsonenko // Materials of the scientific and scientific-methodical conference of the teaching staff of the Kuban State University of Physical Education, Sports and Tourism. – 2017. – № 1. – P. 113.

**NEW DIRECTIONS OF TOURISM IN RUSSIA AS A FACTOR OF  
POPULARIZATION OF HEALTHY LIFESTYLE  
(AS AN EXAMPLE OF YOGA TOURS IN THE REPUBLIC OF ADYGEYA)**

**N.S. Leontieva, L.S. Leontieva, M.V. Koreneva**

FSBEE HE «Russian State University of Physical Education, Sports,  
Youth and Tourism (SCOLIPE)»

FSBEE HE «Kuban State University of Physical Education,  
Sports and Tourism»

***Abstract.** The work is devoted to the content and aspects of the implementation of yoga tours, consistently gaining popularity both in foreign countries and in Russia. Based on a study of the current situation in the domestic market of yoga tourism (as an example of yoga tours in the Republic of Adygeya) the appropriate tour with all the necessary components has been developed and presented.*

***Keywords:** yoga tours, popularity, content of yoga tours, implementation aspects of yoga tours, Republic of Adygeya, Khadzhokh.*

In recent years, the popularity of such direction as yoga tours is steadily increasing due to the search for new interesting forms and methods of leisure, as well as aiming at a healthy lifestyle. In turn, such leisure activities are also attractive because of the possibility to acquire emotional balance, to improve physical body condition, to get relaxation and a lot of positive emotions from wildlife. Moreover, any tourist can take part in yoga programs without any special sports skills and certain physical abilities.

So, yoga tours combine relaxation with thematic activities, excursions and nutrition, allowing within one trip to get rid of overexcitation and chronic fatigue, and also to increase the harmonization of the mental state, the energy and strength potential of the organism. Thus, many countries including India, Cyprus, the United Arab Emirates, Bali, Tunisia, Greece and others offer yoga programs [3].

Basically, for their holding it is important to find territories with high energy, remoteness from cities and associated with a particularly favorable climate, because practices in such places stimulate spiritual development and sometimes are able to completely change a person's lifestyle.

On the other hand, classes in the open air allow to master a greater amount of material than exercises in enclosed areas. Thanks to being at a distance from noisy cities and everyday activities, people can fully focus on practice, perform tasks and master new material better, achieve serious mood, expand knowledge and a deeper understand culture of spiritual practices. Such rest is active, diverse and intense, and being in a circle of comrades contributes not only to the exchange of experience, but to the search for answers to long-standing questions. Full alienation from civilization helps to unleash creativity and expand the scope of consciousness [2,5].

In Russia, yoga tours are also becoming increasingly popular. Currently, this direction represents a whole industry of recreation, **the appearance of which refers to the 1990s, when schools and clubs were opened all over the country, where were taught the basics of eastern health arts.**

**According to leading tour operators, yoga tourism has every opportunity to get into the ranking of the best holiday destinations for Russians. According to statistics, the top 10 regions, where tourists most often go to practice yoga [4], include Krasnodar region, Moscow region, Republic of Crimea, Stavropol region, Irkutsk region, Republic of Buryatia, Kaluga region, Altai, Republic of Adygea and Karelia.**

Indeed, the organizers of yoga tours note that one of the favorite places for yoga retreats is the Republic of Adygea, namely Khadzhokh, because, above all, there is a large selection of accommodation facilities (starting from cheap private houses and camp sites to expensive hotels). Also, the village can be noted by the presence of all necessary tourist infrastructure, convenient location, numerous attractions. And finally, the territory has a rich natural heritage, allowing the participants of yoga programs to fully drown themselves in the practice in nature: among gorges, caves, mountains and waterfalls [1].

In order to study the attitude of Russian tourists to yoga tours in the Republic of Adygea, the survey has been conducted in 2018, the results of which showed that 82% of respondents like to relax outside the city in their free time, 65% of tourists prefer to rest in Russia, 68% try to attend fitness clubs regularly, 49% tried yoga practices and 11% from previously not practicing yoga would like to test themselves in this direction.

If to talk about tourism in the Republic of Adygea, 43% of respondents previously rested in the region, 72% showed their interest in getting to know its places of interest, 45% did not refuse to participate in yoga tours and, finally, more than 60% of respondents prefer tours lasting 7-10 days.

Based on the analysis of the received responses, a week-long yoga tour has been formed, involving living in Khadzhokh. The program includes:

- daily morning classes (from 7:30 till 8:30) with effective exercises to strengthen and increase joint mobility, workout for rectus and neck, stimulation of the nerve centers, training of special respiratory techniques;

- daily evening classes (from 18:30 till 19:30) with the practice and principles of building of a complex of yoga asanas for cleansing mind and body, acquiring inner harmony, practicing meditation and concentration techniques;

- daily night classes (from 21:00 till 22:00) with yoga nidra, relaxation practice and discussion groups.

During the daytime, groups will visit the excursion program, gets acquainted with the historical, cultural and natural heritage of the Republic of Adygea, namely, with the «Skvoznaya» cave, a dolmen, the «Labirint» rock group, the Lago-Naki plateau, the Guam gorge, the Belaya river canyon, the Meshoko and Rufabgo gorge, thermal springs.

At the same time, for the implementation and promotion of yoga programs in the Republic of Adygea, it is necessary:

1. Collaboration with the media:

-organization of joint projects with yoga instructors, owners of yoga clubs, Instagram bloggers in the Krasnodar region;

-placement of information in the press, including in publications and sections such as «beauty and health», specialized magazines;

-participation in thematic programs on television.

2. Organization of promotions in the Internet:

-organization of communication in social networks;

-publication of articles on the web pages or websites of magazines devoted to yoga, as well as on the websites of yoga centers, etc.

-relationship with the media through the Internet;

3. Organization and holding of special events:

-holding of joint press conferences and meetings with famous Indian gurus and yoga instructors;

-conducting of presentations of tours in yoga clubs;

-presentation of tours during various events organized by specific yoga centers, such as holidays, festivals, etc.;

-conducting of joint yoga workshops;

-joint participation with yoga centers and clubs in thematic exhibitions and fairs.

Thus, the study revealed a steady increase in the popularity of yoga tours in the world and in Russia, a positive attitude of Russian tourists to yoga tours in the Republic of Adygea, the perspective yoga tour in Khadzhokh (Adygea) has been developed and proposed, as well as the methods for the implementation and promotion of yoga programs in the Republic of Adygea have been formulated.

**References:**

1. Committee of the Republic of Adygea of Tourism and Resorts: [Electronic resource] URL <http://www.adygcomtur.ru> (accessed date 19.04.2019).

2. Federation of Fitness Professionals of Krasnodar region: [Electronic resource] URL [края http://fpfkk.ru](http://fpfkk.ru) (accessed date 11.04.2019).

3. Federation of Fitness Aerobics of Russia: [Electronic resource] URL <http://www.fitness-aerobics.ru> (accessed date 22.04.2019).

4. Koreneva M. V. Attracting tourists to the Republic of Adygea on the basis of the development and implementation of yoga tours / M. V. Koreneva, E. L. Zadneprovskaya, E. V. Polzikova // Management of strategic development of main areas and sectors of the national economy in the context of modern challenges. - 2018. - P. 430-435.

5. Russian Yoga Federation: [Electronic resource] URL <http://russianyogafederation.ru> (accessed date 02.04.2019).

*Научное издание*

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ  
В СПОРТЕ И ТУРИЗМЕ:  
ОБРАЗОВАНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ**

---

---

**МАТЕРИАЛЫ ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ  
14 МАЯ 2019 г.**

Материалы конференции

Ответственный редактор  
Технический редактор  
Корректор  
Оригинал-макет подготовили

О.О. Айвазян  
Г.А. Ярошенко  
С.А. Савенко  
Т.А. Самсоненко  
О.О. Айвазян

Подписано в печать 29.08.2018.  
Формат 60×90/16. Бумага для офисной техники.  
Усл. печ. л. 22,5. Тираж 107 экз. Заказ № 81.  
Отпечатано на множительной технике.

Редакционно-издательский отдел  
Кубанского государственного университета  
физической культуры, спорта и туризма  
350015, г. Краснодар, ул. Буденного, 161.