



**МИНОБРНАУКИ  
РОССИИ**



**Гжельский  
государственный  
университет**

**Материалы  
международного научного  
форума обучающихся  
«Молодежь в науке и творчестве»  
25 мая 2022 г.**

*Сборник научных статей*

**Часть 4  
Международная научно-практическая конференция  
«Сервис и туризм в контексте культуры»**

**Гжель  
2022**

УДК 379.83, 910  
М 34

М 34            **Материалы международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве» (25 мая 2022 г.).** В 5 ч. Ч. 4. Международная научно-практическая конференция «Сервис и туризм в контексте культуры» [Электронный ресурс]: сборник научных статей / Отв. ред. Н. В. Осипова. – Гжель: ГГУ, 2022. – 106 с. // ГГУ: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.art-gzhel.ru/>

В настоящее научное издание вошли материалы международной научно-практической конференции «Сервис и туризм в контексте культуры», состоявшейся 25 мая 2022 г. в Гжельском государственном университете в рамках Международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве», посвященного Году культурного наследия народов России.

## Содержание

|  |    |
|--|----|
| <b>Алексеева А. В.</b> ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНЫХ УСЛУГ В ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ.....  | 5  |
| <b>Аносова К. К.</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.....  | 9  |
| <b>Антонова Е. А.</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРОГРАММ ТУРОПЕРАТОРОМ FUN&SUN ДЛЯ СОЗДАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.....                                     | 12 |
| <b>Афанасова А., Дятлова П.</b> ПАМЯТНЫЕ МЕСТА В ГОРОДЕ ДМИТРОВЕ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ЖИЗНИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕТРА АЛЕКСЕЕВИЧА КРОПОТКИНА.....          | 15 |
| <b>Бегинина П. К.</b> ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА ЕЕ РАБОТЫ.....   | 16 |
| <b>Березина О. Н.</b> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА (НА ПРИМЕРЕ САНАТОРИЯ «ОЗЕРО БЕЛОЕ» ГОРОДСКОГО ОКРУГА ШАТУРА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)..... | 19 |
| <b>Бирюкова Е. И., Бахтина С. О.</b> ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ.....  | 23 |
| <b>Бирюкова Е. И., Бахтина С. О.</b> РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ О ПРОВЕДЕНИИ ОКРУЖНОГО ДЕТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ ПИОНЕРСКОЙ ПЕСНИ «ВЗВЕЙТЕСЬ КОСТРАМИ!».....         | 26 |
| <b>Бирюкова Е. И., Бахтина С. О.</b> КУЛЬТУРА И РУССКИЙ ЯЗЫК.....  | 29 |
| <b>Бученкова Е. А.</b> ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТУРОПЕРАТОРА FUN&SUN).....  | 32 |
| <b>Вологдин И. В.</b> ИСТОРИКО-ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ ГОРОДА-КУРОРТА АНАПА.....   | 34 |
| <b>Гету Кидист Небьелеул</b> КУЛЬТОВЫЕ И СЕРВИСНЫЕ ОБЪЕКТЫ ДЛЯ ПАЛОМНИКОВ И ТУРИСТОВ (ГОРОД ЛАЛИБЕЛА, ЭФИОПИЯ).....  | 37 |
| <b>Давлатносиров Ф. Ф.</b> ТАДЖИКСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «ГОРЫ ПАМИРА» И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА.....  | 40 |
| <b>Завьялова М. Г.</b> ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УЧРЕЖДЕНИЯХ КУЛЬТУРЫ.....   | 42 |
| <b>Инякова С. С.</b> ОЦЕНКА ЛЕЧЕБНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТА БЕЛОКУРИХА.....  | 45 |
| <b>Инякова С. С.</b> СПЕЦИФИКА АРХИТЕКТУРНО-ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ЭКСКУРСИЙ.....   | 48 |
| <b>Исаева Е. А.</b> ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ГИМНАСТИКИ В ГОРОДЕ РАМЕНСКОЕ.....  | 50 |
| <b>Калашникова Е. В.</b> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ ВОРОНЦОВСКОГО ПАРКА В СЕЛЕ БЫКОВО.....  | 53 |
| <b>Каспарьянц А. А.</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ФОЛЬКЛОРНО-ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.....                        | 56 |
| <b>Коняхина У. П.</b> ОТ ЯЗЫЧЕСКИХ КАПИЩ ДО САДОВЫХ ЗАТЕЙ XXI ВЕКА.....  | 59 |
| <b>Лобова О. А.</b> ЗНАЧЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В УПРАВЛЕНИИ ХУДОЖЕСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКИМ ВОСПИТАНИЕМ СТУДЕНТОВ.....  | 62 |
| <b>Лобова О. А.</b> ФОРМИРОВАНИЕ ГУМАННОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ У УЧАЩИХСЯ КОЛЛЕДЖЕЙ И ВУЗОВ.....   | 65 |
| <b>Мачульская А. А.</b> СЕРВИС И ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОГО КОМПЛЕКСА «НОВЫЙ ИЕРУСАЛИМ» В ИСТРЕ.....                            | 67 |
| <b>Мепаришвили И. О. В. П. ЧКАЛОВ: НАЧАЛО ПУТИ В АВИАЦИЮ В ЕГОРЬЕВСКОЙ АВИАЦИОННОЙ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ АВИАШКОЛЕ.....</b>  | 69 |
| <b>Орлова Ю. И.</b> ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....  | 71 |
| <b>Попов Д. М.</b> ОБЪЕКТЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА КОСТРОМЫ.....   | 74 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Причетников В. М., Соколова Д. Р. ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС В ВЕРБИЛКАХ.....</b>   | 76  |
| <b>Разина Е. А. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ<br/>УЧРЕЖДЕНИЯМИ КУЛЬТУРЫ.....</b>  | 78  |
| <b>Рачков П. А. ЭКОТУРИЗМ И ЕГО СВЯЗЬ С НЕКОТОРЫМИ ДРУГИМИ ФОРМАМИ<br/>ТУРИЗМА.....</b>  | 81  |
| <b>Смирнов М. Н. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ВОКАЛЬНЫХ КОНКУРСОВ В<br/>МУНИЦИПАЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ КУЛЬТУРЫ (КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЙ ЦЕНТР<br/>«ГЖЕЛЬСКИЙ»).....</b> | 83  |
| <b>Собански К. Т. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ<br/>ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ<br/>СФЕРЫ.....</b>    | 85  |
| <b>Сопильняк Ю. В. ОЦЕНКА ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ГОРОДА-<br/>КУРОРТА СОЧИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА.....</b>                            | 87  |
| <b>Сопильняк Ю. В. ЭТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ЭКСКУРСОВОДА.....</b>  | 90  |
| <b>Холоднова В. О. РЕЙТИНГ НАДЕЖНОСТИ ТУРОПЕРАТОРОВ.....</b>   | 92  |
| <b>Хрусталеv М. Р. ОЦЕНКА ЛЕЧЕБНО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТА<br/>КАШИН.....</b>  | 94  |
| <b>Хрусталеv М. Р. РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ЭКСКУРСИИ.....</b>  | 97  |
| <b>Чекрыгина К. О. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ,<br/>ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УЧРЕЖДЕНИЯМИ КУЛЬТУРЫ.....</b>   | 99  |
| <b>Юлина О. О. СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТУРФИРМЫ В<br/>СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....</b>  | 101 |
| <b>Яковлева В. С. ИДЕЯ РАЗРАБОТКИ ТВОРЧЕСКОЙ ЭКСКУРСИИ ПО МУЗЕЮ<br/>ПАСТИЛЫ В ГОРОДЕ КОЛОМНА.....</b>  | 103 |
| <b>Янкович А. И. КРЫМ КАК КИНОТУРИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР.....</b>   | 105 |

**А. В. Алексеева**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Т. В. Рейстерман

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНЫХ УСЛУГ В ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Услуги в сфере физической культуры и спорта в настоящее время все более активно входят в жизнь населения нашей страны. Все больше людей стараются регулярно посещать спортивные клубы и секции, а также заниматься физической культурой самостоятельно. По данным статистики, число систематически занимающихся физической культурой и спортом постоянно растет [2]. Это связано с широкой пропагандой здорового образа жизни.

Наиболее популярными спортивными услугами в ЗАТО «Озерный» Тверской области являются услуги спортивной школы МБОУДО ДЮСШ (Детско-юношеская спортивная школа).

Основное направление в работе ДЮСШ – спортивно-оздоровительное, вся деятельность школы направлена на достижение стратегической государственной цели: «Создание условий для максимального вовлечения детей и подростков в регулярные занятия массовой физической культурой и спортом» [3]. В соответствии с лицензией в спортивной школе реализуются 8 дополнительных образовательных программ: плавание; баскетбол; пауэрлифтинг; спортивная аэробика; самбо; вольная борьба; гандбол; настольный теннис.

Для организации образовательного процесса в ДЮСШ созданы все условия. Учебно-тренировочную и воспитательную работу со спортсменами проводят преподаватели высокой квалификации (десять педагогических работников).

Материально-техническая база: три спортивных зала, тренажерный зал, плавательный бассейн (25 метров, 6 дорожек), медицинский кабинет. Образовательная деятельность осуществляется в соответствии с государственными нормами, требованиями по охране труда и пожарной безопасности.

Учреждение входит в систему образования ЗАТО «Озерный» и в полном объеме выполняет муниципальное задание на оказание муниципальных услуг: реализация образовательных программ дополнительного образования, организация и обеспечение отдыха, оздоровления и занятости детей и подростков.

На базе спортивной школы создан Муниципальный ресурсный центр дополнительного образования детей физкультурно-спортивной направленности. Муниципальный ресурсный центр в ЗАТО «Озерный» направляет свою деятельность на создание единого пространства в сфере физической культуры и спорта на основе технологии социального сотрудничества и партнерства. На базе ДЮСШ создан муниципальный центр тестирования ВФСК ГТО ЗАТО «Озерный».

Спортсмены ДЮСШ традиционно являются призерами и победителями областных и Всероссийских соревнований по баскетболу, плаванию, вольной борьбе, пауэрлифтингу, входят в состав сборных команд Тверской области.

В ЗАТО «Озерный» имеется уличный стадион (верхний большой круг – примерно 650–700 м, нижний круг – 400 м, беговая дорожка со специальным покрытием – 100 м, площадка с турниками и тренажерами со специальным покрытием, огражденная забором, мини футбольное поле, трибуны). На этом стадионе часто проводятся спортивные мероприятия различного характера. Например, сдача нормативов ГТО (по сезонам), фитнес-аэробика на свежем воздухе в теплое время года, чемпионаты и соревнования по футболу среди школ, военных дивизий и команд близлежащих городов, кроссы (в теплое время года), лыжные забеги (зимой), также спортивные тренировки от детско-юношеской школы (ДЮСШ).

На улицах поселка Озерного установлены четыре тренажерные площадки во дворах. Все они являются любительскими площадками. Их можно увидеть во дворах жилых домов. Здесь стоят тренажеры для работы с собственным весом. Однако контролировать нагрузку, например, увеличивать или уменьшать вес снарядов для проработки групп мышц – не получится. Такие тренажеры отлично подходят, чтобы поддерживать себя в хорошей физической форме. Но вот

добиться прогресса в росте мышц на них будет непросто. Профессиональных площадок на улицах Озерного вовсе нет.

Футбольное поле, расположенное практически в центре городка, имеет специальное искусственное покрытие и ограждено высоким забором. Занятия и тренировки проходят хаотично. Определенного графика работы у данной площадки нет. Данная территория очень редко используется в качестве места для важных городских мероприятий, спортивных соревнований и серьезных групповых тренировок. Любой желающий может провести свой вечер на поле в приятной дружеской компании, играя в футбол. Посещают площадку лица разного возраста, чаще всего днем она занята детьми и подростками, а к вечеру приходят и взрослые.

Всеми выше перечисленными спортивными услугами пользуется большая часть населения ЗАТО «Озерный» разной возрастной категории.

Дополнительное спортивное образование для детей и подростков (благодаря ДЮСШ) проводится на современном уровне. Для взрослых также предложены некоторые спортивные услуги (в ДЮСШ в вечернее время проходят занятия у взрослых). К ним относятся: плавание в бассейне, фитнес, йога, волейбол, футбол, баскетбол и занятия в тренажерном зале. Многие люди, увлекающиеся этими видами спорта, находят здесь занятия по душе.

Однако бесплатных спортивных секций в ЗАТО «Озерный» осталось очень мало и для детей, и для взрослых. К бесплатным спортивным услугам можно отнести организацию работы стадиона и установленные для населения тренажерные площадки на улицах. Практически каждое занятие в тренажерном зале или в какой-либо секции предусматривает преждевременную оплату (по месяцу или по полгода). Не каждый житель может позволить себе регулярные тренировки за полную стоимость.

Кроме того, существующие спортивные занятия не всегда располагают подходящим для работающих граждан графиком работы. Есть строго установленное расписание, и приходится либо под него подстраиваться, либо не посещать желанные секции и довольствоваться скромными любительскими спортивными площадками в некоторых дворах и то, только в ограниченное погодными условиями время.

Некоторые люди (те, которые имеют лишний вес или другие причины) стесняются заниматься в группах, так как не могут выполнять упражнения в полную силу. В данном случае очень актуальны индивидуальные занятия, которых в ЗАТО «Озерный» не имеется. Также отсутствуют занятия физкультурой и спортом для лиц с ограниченными физическими возможностями.

Коммерциализация и профессионализация, влияя на доступность спортивных услуг, препятствуют их развитию. Между тем массовый спорт необходим для формирования ценностей здорового образа жизни.

Из-за высокого спроса на спортивные услуги администрации города требуется постоянно улучшать их качество и количество.

Для выявления мнений о количестве и качестве спортивных услуг в ЗАТО «Озерный» Тверской области было проведено анкетирование 50 его жителей.

В опросе принимали участие люди разного возраста, социального статуса и уровня образования. Также лица, которые занимаются самостоятельно, в спортивных клубах, посещают различные спортивные мероприятия и т.д. Среди респондентов 15 детей (14–17 лет), 16 мужчин и 19 женщин.

Большое количество опрошенных предпочитают заниматься физической культурой 1–3 раза в неделю (29 %) или же через день (34 %) всех респондентов. Такая статистика показывает высокую заинтересованность в занятиях физической культурой и в систематичности их посещения. В то же время несколько человек ответили, что не занимаются физической культурой вообще (7 %). Причины были названы различные: от нехватки времени и денежных средств до элементарного нежелания заниматься физической культурой. Очень важно и то, что среди детей большинство занимается физической культурой от 1 до 4 раз в неделю. Конечно, большую роль в вовлеченности в физическую культуру в данном случае играют образовательные учреждения, проводящие занятия

по дисциплине «Физическая культура». В целом в ЗАТО «Озерный» вовлеченность в сферу физической культуры и спорта среди населения довольно высокая.

Большинство респондентов предпочитает спортивные клубы – 54 %. Основной причиной здесь является то, что в клубах есть все условия для поддержания спортивной формы, присутствуют профессиональные тренеры, к тому же большинство клубов предлагают сразу несколько видов спортивных услуг. Самостоятельно занимаются 6 % опрошенных. Основные формы самостоятельных занятий – бег, гимнастика, домашние тренажеры, занятия со спортивным инвентарем (гантели, скакалки), уличные тренажеры. 8 % респондентов занимаются физической культурой в учебных заведениях. Преимущественно, это учащиеся школ и колледжей. Студенты предпочитают спортивные клубы по причине отсутствия выбранного вида спортивных занятий в учебном заведении или неудобном времени организации таких занятий. Профессионально спортом занимается 32 %. Большинство здесь составляет молодежь в возрасте от 14 до 17 лет. Эти люди занимаются спортом с детства в профессиональных спортивных клубах и командах.

Респонденты старше 25 лет, и мужчины и женщины, больше предпочитают занятия в тренажерном зале и бассейн (это в сумме – около 40 опрошенных 80 %). Женщины посчитали для себя более привлекательными услуги такие как: занятия аэробикой/фитнесом, йога, танцевальные программы, пилатес. Среди мужчин помимо тренажерного зала и бассейна наиболее популярными оказались такие виды спорта как: футбол, волейбол и настольный теннис.

И для мужчин, и для женщин мотивацией в занятиях спортом и любых активностей являются уменьшение лишнего веса, поддержание хорошей здоровой формы, а также отдых и расслабление – 73 % респондентов.

Абсолютному большинству (47 %) для более частого пользования спортивными услугами не хватает времени. Второе место по популярности занимает дороговизна этих услуг (41 %). Также были названы причины, которые нельзя обойти стороной, это неудовлетворенность качеством предоставляемых услуг (12 %). В частности, это отсутствие дополнительных услуг (помимо самих спортивных), нехватка спортивного инвентаря или плохое его состояние, санитарные нормы и другое.

В целом проведенный опрос показал, что часть населения ЗАТО «Озерный» связывает свой образ жизни с услугами физической культуры и спорта и довольно активно потребляет их. Однако не у каждого жителя есть такая возможность.

Основными проблемами развития спортивных услуг в ЗАТО «Озерный» Тверской области являются.

Недостаточная просвещенность подростков и молодежи о здоровом образе жизни и взаимосвязи с ним физической культуры и спорта, развитие среди широких масс молодежи спортивного духа.

Нехватка квалифицированных кадров в области физического воспитания и спортивной реабилитации для лиц с ограниченными физическими возможностями.

Отсутствие достаточного количества спортивных залов, профессиональных спортивных площадок.

Недостаточная привлекательность существующих спортивных учреждений, отсутствие в них сопутствующих и дополнительных услуг.

Отсутствие доступности многих видов спорта для людей со средним и низким достатком.

Для привлечения людей в спортивные клубы производителям услуг необходимо не только обеспечить высокое качество услуг в сфере физической культуры и спорта, но и создать условия для комфортного пребывания в клубе с помощью дополнительных услуг, не относящихся к физической культуре. Таким образом, повышая качество дополнительных и спортивных услуг, будет намного проще внедрить спорт в жизнь каждого человека. Спорт станет удобным, комфортным, а главное, полезным времяпровождением для всех.

Приобщение к здоровому образу жизни, организация досуга, аккумуляция молодежной агрессии в соперничество, формирование социально значимых ценностей и т.п. должно стать основной частью воспитательной работы в различных учебных заведениях ЗАТО «Озерный» (школах и детских садах).

Для более полного обеспечения ЗАТО «Озерный» квалифицированными кадрами в области физического воспитания реабилитации для лиц с ограниченными физическими возможностями следует наладить взаимодействие с вузами, ведущими подготовку соответствующих специалистов, необходимо заинтересовать выпускников работать в данном регионе и приносить пользу людям. Также следует вести работу по возрождению престижности профессии преподавателя и тренера, направлять выпускников школ ЗАТО «Озерный» для получения образования на спортивно-педагогические специальности с последующей работой в родном поселке.

Развитие спортивных услуг является актуальной проблемой и требует особого внимания не только потому, что речь идет о спорте как области личного физического совершенствования, но и о роли и месте спорта в жизни всего населения, о рассмотрении спортивной деятельности с точки зрения ее социальной значимости для жизни современного общества.

#### Список литературы

1. ГОСТ Р 52024–2003. Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования.
2. Барчуков И. С. Физическая культура: учеб. для студ. учреждений высш. проф. образования / под общ. ред. Н. Н. Маликова. М.: ИЦ Академия, 2013. 528 с.
3. Виноградов П. А. О современной концепции развития физической культуры и спорта // Современные проблемы и концепции развития физической культуры и спорта. Часть I. Челябинск: УрГАФК, 2000. 289 с.
4. Енченко И. В. Анализ привлекательности услуг сферы физической культуры и спорта среди населения // Физическая культура, спорт – наука и практика, 2013. № 2. С. 34–38.
5. Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования – Детско-юношеская спортивная школа ЗАТО Озерный Тверской области [Электронный ресурс]: URL: <http://sportdop.edusite.ru/>
6. Расин М. С. Управление физической культурой и спортом в системе местного самоуправления // Теория и практика физической культуры. 2000. № 10. С. 60–64.



**К. К. Аносова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА**

Рязанская область является центром европейской части России с развитой транспортной, энергетической и телекоммуникационной инфраструктурой. Регион обладает значительным производственно-техническим и кадровым потенциалом. Имеющиеся научные и образовательные ресурсы позволяют осуществлять разработку и внедрение перспективных инновационных проектов в самых разных областях деятельности, включая туризм [4].

Сельский туризм обычно выбирают люди, которые уже много повидали в своей жизни и хотят разнообразия. Их уже трудно чем-то удивить. Как правило, это жители мегаполисов, уставшие от напряженного темпа жизни и постоянных стрессов больших городов. Свой отпуск или выходные они хотят провести в спокойной обстановке на лоне природы, подышать свежим воздухом и отвлечься от суеты. Такой вид отдыха отлично подойдет и для семей с детьми. Выбирают сельский туризм сегодня также пожилые люди, компании молодых людей, а также люди, увлекающиеся спортом.

Агротуризм – это разнообразная концепция, включающая знакомство с сельской местностью, ее традициями, народными праздниками, фестивалями, природными достопримечательностями, культурным наследием, тематическими этнографическими парками и музеями [1].

Для процветания агротуризма нужно заботиться об окружающей среде, учитывать интересы местных жителей и туристов. Важным фактором развития агротуризма является продукт, отвечающий запросам нового потребителя со средним достатком, который составляет крупнейший сегмент платежеспособного спроса. Агротуризм оказался весьма эффективным и малозатратным, а значит, может конкурировать по показателю «цена-качество» с другими турпродуктами.

Развитие туризма в регионах Российской Федерации во время пандемии стало особенно актуально, так как внимание и потребности населения больше обращены в сторону внутренних туристских направлений. Поднялся уровень туристической индустрии, ресурсы регионов стали более востребованы. Выросло количество усадеб. Предприниматели стали более заинтересованными в том, чтобы к ним приезжали.

Для России примером развития сельского туризма является опыт стран ближнего зарубежья. Общемировая тенденция развития экологических видов туризма не обошла стороной и Рязанскую область. Рыбновский район можно смело назвать самым привлекательным районом Рязанской области для туристов. Тут и Пощупово, и Константиново, тут гастрономические и исторические фестивали [3].

В Рыбновском районе находится Музей-выставка пчеловодства, который является информационным подразделением НИИ пчеловодства, научные достижения которого известны не только в России, но и во всех странах с развитым пчеловодством. В залах музея демонстрируются улья разных конструкций, пасечный инвентарь и оборудование, естественные постройки пчел, гербарии и семена медоносов, коллекции образцов меда, жизнь пчел в фотографиях, картинах.

На территории Рыбновского района в пос. Дивово расположен Всероссийский научно-исследовательский институт коневодства – единственный в мире научный центр по коневодству. В институте расположен музей, экспозиция которого рассказывает об истории коневодства, значении современного коневодства и его основных направлениях, о различных породах лошадей, особенностях их разведения.

В селе Агро-Пустынь, находится ферма «Оленово». Там в специальных загонах живут настоящие северные олени. На ферму можно свободно приехать, чтобы отдохнуть в компании дружелюбных животных.

Рязанская деревня Деулино, в которой стоит необыкновенная усадьба. Здесь живет мастер-резчик по дереву и его семья. Это арт пространство, населенное множеством мифических существ, которые, кто в карты играет, кто в люльке спит, кто рыбу жарит, кто ребенка с утра пораньше в школу ведет и т. д.) Или просто улыбается тебе дружелюбно. На территории нет ни одного обычного строения, все выполнено с выдумкой и мастерством. Например, летний домик – это жилище Бабы-Яги. И сама она встречает гостей на пороге, выполненная в полный рост из дерева. Помимо собственных изделий, тут выставлены и различные старинные находки: черепки, инструменты, предметы быта и прочее. Довольно многочисленная коллекция.

Все хорошее и положительно запоминающееся может окружать нас непосредственно здесь и сейчас, и не нужно для получения колоссальных эмоций уезжать за тридевять земель. Поэтому актуальным является разработка туров по направлению сельского туризма, которые позволят показать этот небольшой регион России для туристов только с благоприятной стороны. Активизация развития сельского туризма может способствовать повышению эффективности использования туристско-рекреационного потенциала региона, разработке более интересных и разнообразных туристских маршрутов, которые способствовали бы повышению конкурентоспособности регионального туристского продукта Рязанской области на внутреннем туристском рынке.

Одним из потенциально интересных туров по Рязанской области мог бы выступить разработанный нами тур «Край Рязанский» продолжительностью 3 дня/2 ночи. Маршрут тура: Москва – Рязань – с.Бортное - Рязань — Москва [6]. Тур с размещением в коттедже базы отдыха Барские забавы (Рязанская область, Рыбновский р-н, деревня Бортное). Коттеджные поселки – новый тип поселения, сочетающий в себе достоинства города и деревни. Горожанин может наслаждаться тишиной, свободой и великолепными пейзажами, при этом не чувствуя себя лишенным привычного комфорта. Невероятные просторы, открывающиеся с высокого холма, на котором раскинулась база: и воздух, и ветер, и неповторимые запахи, и звуки, которых давно уже нет в городе...

И, наконец забавы! Барские забавы! Верховые прогулки, охота на дикого зверя с настоящими сворами борзых.

Идея разработки и открытия тура. Отличный выходной для всей семьи на свежем воздухе, напоенном ароматами трав, меда и солнца. Пребывая на отдыхе, гости хотят совместить приятное с полезным, поправить свое здоровье, набраться сил. Возможность максимально отдалиться от городской суеты и жизненных проблем. Весна, лето и осень в Рязанской области радуют большим количеством солнечных дней, когда так и хочется сбежать из повседневного однообразия на природу. Отдохнуть от городской суеты и хлопот, окунуться в атмосферу тишины и спокойствия. Чистый воздух, пение птиц, эко продукты (овощи, ягоды, фрукты, продукция пчеловодства) – помогут укрепить естественные силы организма и иммунитет.

Экскурсионная программа соответствует всем целям туристской деятельности – познание, развлечение, оздоровление. Турист может отправиться на отдых с семьей, друзьями и даже коллегами.

Благодаря нашему проекту могут появиться новые идеи по агро- и экотуризму, если жители села почувствуют интерес туристов к нашей местности и ее истории. Для этого имеются все необходимые условия в фермерских, лично-подсобных хозяйствах области. Конкуренция для данного бизнеса минимальна. Основными конкурентами можно считать базы отдыха, расположенные, как правило, по берегам рек и озер.

Таки образом, Рязанская область обладает всеми необходимыми природными и культурно-историческими ресурсами для развития и организации сельского туризма. Активное развитие сельского туризма в области может явиться стимулом для развития сельских территорий путем поступления значительных средств в бюджет; альтернативной занятости сельского населения; повышения жизненного уровня населения и их благосостояния. Кроме того, агротуризм способствует сохранению окружающей среды, охране местных достопримечательностей, сохранению местных обычаев, фольклора, народных промыслов.

### Список литературы

1. Волков С. К. Развитие агротуризма как фактор повышения конкурентоспособности сельской территории // Менеджмент в России и за рубежом. 2017. № 3. С. 140–143.
2. Дунец А. Н. Проектирование и продвижение регионального туристского продукта: Учебное пособие / Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2018. С. 163.
3. Рыбное Рязанской области РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://gorodarus.ru/rybnoe.html>
4. Все о туризме в Рязани и области. Портал о туризме [Электронный ресурс]. URL: <https://nature-russia.travel/routes/>
5. Рязанские Ведомости [Электронный ресурс]. URL: <https://rv-ryazan.ru/vnutrennij-turizm-po-puti-razvitiya/>
6. Карта маршрута Москва-Рязань [Электронный ресурс]. URL: <https://2gis.ru/moscow/route/4504205217760835>
7. Маршруты по России [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/maps/213/moscow>
8. Концепция и развитие Рязанской области [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/424066866>

**Е. А. Антонова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРОГРАММ ТУРОПЕРАТОРОМ FUN&SUN ДЛЯ СОЗДАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ**

Начиная с 2020 г., туроператор FUN&SUN (TUI) претерпел немало изменений, в первую очередь связанных с COVID-19. В новой реальности туроператору пришлось адаптироваться, а именно: вводить ограничения, переориентироваться на российский рынок, открывать новые направления, но главным помощником в данной ситуации стали инновационные технологии. Именно инновации помогли перенести путешествия из реального мира в виртуальный. Туроператоры, музеи, отели стали вводить виртуальные экскурсии, позволяющие безопасно для здоровья продолжать изучать мир.

Туроператор FUN&SUN (TUI) в 2020 г. стали вводить и использовать ряд новых программ для создания приложений, виртуальных экскурсий, модернизации сайта, а также для синхронизации внутренних работ.

Одними из таких программ стали продукты компании Atlassian. Это австралийская компания, основанная в 2002 году в Сиднее двумя студентами Университета Нового Южного Уэльса Майклом Кэннон-Бруксом и Скоттом Фаркухаром. Юноши вкладывали собственные средства на протяжении нескольких лет для развития компании. Первым выпущенным продуктом была программа Jira 1.0.

FUN&SUN (TUI) купил программы Jira Software и Confluence в следующих целях.

Контроля и организации полного жизненного цикла разработки проектов: описание бизнес-процессов, разработка технических заданий, календарного плана, релизов.

Контроля графика, бюджета исполнения проектов и качества работ.

Формирования и управления кросс-функциональными рабочими группами по проектам.

Поиска подрядчиков, ведения переговоров, организации работы и контроля исполнения.

Работы с бизнес-заказчиками: управления коммуникацией, ожиданиями бизнес-заказчиками и команд разработки.

Синхронизации проектов со смежными инициативами в компании.

Управления рисками: организации работы по сокращению рисков с мерами и ответственными.

Разработки и ведения сопроводительной документации. Включая отчеты по проектам, календарным планам.

Организации процесса ежедневных стендапов проектных команд.

Работы с бэклогом и аналитикой по портфелю проектов.

Работы с финансовой аналитикой, расчетом базовых моделей экономической эффективности проектов. Анализа финансовых показателей проекта. Разработке рекомендаций по их улучшению.

Данные программы позволяют свободно распространять информацию между всеми сотрудниками компании. Программы созданы для длительного хранения информации, поэтому квартальные отчеты или блоги с новыми вакансиями не потеряются. Социальные функции позволяют всем сотрудникам независимо от должности вносить изменения, предложения и получать обратную связь.

Для разработки новых многофункциональных приложений были выбраны несколько программ, одна из них Laravel [1].

Laravel – это бесплатный PHP-фреймворк с открытым исходным кодом, специально разработанный для создания сложных сайтов и веб-приложений. Laravel пользуются backend-разработчики, которые пишут код на PHP. Он помогает определить структуру веб-приложения и служит для нее каркасом. Фреймворк написан на PHP и расширяет его возможности. Распространяется бесплатно под лицензией MIT.

Назначение Laravel – создание веб-приложений и сайтов на основе MVC (model-view-controller). Это вариант архитектуры, при котором компоненты программы делятся на три части:

- модель (model) предоставляет данные и методы работы с ними: запросы в базу данных, проверка на корректность;
- представление (view) показывает пользователю эти данные и изменяется, если меняется модель;
- контроллер (controller) направляет данные от пользователя к системе и наоборот.

Совместно с программой Laravel была приобретена программа Symfony.

Symfony – это фреймворк PHP, целью которого является ускорение создания и обслуживания веб-приложений и замена повторяющихся задач кодирования. Разработана в 2005 г., одна из первых программ по созданию сайтов и приложений.

Symfony обладает огромным количеством функциональных возможностей и активным сообществом. Он имеет гибкую конфигурацию с использованием YAML, XML или аннотаций. Symfony интегрируется с независимой библиотекой и модулем PHP. Symfony в основном вдохновлен средами веб-приложений Ruby on Rails, Django и Spring. Компоненты Symfony используются во многих проектах с открытым исходным кодом, включая Composer, Drupal и phpBB [1].

Хорошо организованная структура Symfony, чистый код и хорошие методы программирования облегчают веб-разработку. Symfony очень гибок, используется для создания микро-сайтов и обработки корпоративных приложений с миллиардами соединений.

Компоненты Symfony можно использовать как часть других приложений, таких как Drupal, Laravel, phpBB, Behat, Doctrine и Joomla. Именно поэтому была приобретена данная программа, Symfony дополняет программу Laravel, их совместная работа упрощает создание веб-приложений.

Благодаря выше перечисленным программам туроператором были переделаны и разработаны мобильные приложения: FUN&SUN Горящие туры по России, FUN&SUN Expert Agent, FUN&SUN Expert: туры легко!, TUI Академия, TUI Intranet [2].

Приложение FUN&SUN является основным, в нем собран весь основной функционал. Мобильное приложение поддерживается системами Android и IOS, можно скачать из Google Play и App Store последнюю версию приложения. Разработано на 6 языках: русском, английском, латышском, литовском, украинском и эстонском.

Основные функции приложения:

- поиск тура;
- конструктор тура;
- подробная информация о туре;
- подробная информация о стране тура;
- подробная информация об отеле в туре;
- подробная информация о туре;
- защищенная оплата онлайн;
- онлайн-менеджер, поддержка туристов;
- личный кабинет туриста;
- полезный журнал;
- корзина и избранные товары.

У приложения FUN&SUN Expert более узкий функционал, оно направлено только на подбор и бронирование тура. На главной странице можно подобрать тур по нужным параметрам, оформить заявку, посмотреть рекомендации. Отображаются заявки покупателя, забронированные туры. Приложение рассчитано на туристов, которых не интересует какая-либо информация, их цель забронировать тур.

Приложение FUN&SUN Expert Agent разработано специально для турагентов. С ним возможно продавать туры из дома, пользуется большой популярностью среди агентов.

Приложение Академии TUI дает возможность получать знания в любое время и в любом месте. Создано для обучения персонала. Дает возможность проходить курсы, тесты, изучать

продукты, просматривать вебинары, отслеживать прогресс обучения, прокачивать навыки в понятном и простом приложении в любое удобное время для сотрудника.

Приложение TUI Intranet единое коммуникационное пространство для сотрудников всех регионов присутствия FUN&SUN (TUI), позволяющее поддерживать единое информационное поле, обеспечивать методологическое единообразие HR процессов, повысить прозрачность стратегии компании и механизма принятия управленческих решений, а значит и повысить уровень вовлеченности сотрудников.

Все приложения FUN&SUN просты и удобны в использовании, разработаны на основе пожелай туристов и сотрудников компании.

#### **Список литературы**

1. Официальный сайт компании Laravel [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://laravel.com/> (дата обращения 09.04.2022).
2. Официальный сайт туроператора FUN&SUN [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fstravel.com/> (дата обращения 09.04.2022).

**А. Афанасова, П. Дятлова**

*Университет «Дубна» – Дмитровский институт непрерывного образования, г. Дмитров*  
 Научный руководитель: И. Н. Ганьшина

## **ПАМЯТНЫЕ МЕСТА В ГОРОДЕ ДМИТРОВЕ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ЖИЗНИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕТРА АЛЕКСЕЕВИЧА КРОПОТКИНА**

В городе Дмитров славится имя Кропоткина Петра Алексеевича, выдающегося географа XIX в. Он известен не только открытиями в сфере географии, но и является философом, писателем и публицистом.

Также он являлся исследователем тектонического строения Сибири, Средней Азии и ледникового периода («Исследование о ледниковом периоде»).

Кропоткин – великий человек, расширивший кругозор и сделавший великий вклад в науку. В город Дмитров он переехал с семьей летом 1918 г., поселившись в самом центре города. Он хорошо освоился в городе, принимал активное участие в общественной жизни города, выступая с докладами на заседаниях Дмитровского союза кооператоров и съезде учителей, помогал в формировании структуры Музея Дмитровского края и сборе экспонатов.

Здесь он написал свою последнюю работу «Этика». Не смотря на недолгие годы жизни в этом городе, он смог оставить свой след в истории.

И именно в этом городе установлен единственный в мире памятник и дом-музей, посвященный Кропоткину. Мы можем предложить целую программу прогулки по городу. Вы отправитесь на экскурсионном автобусе до города Дмитров. Вас заселят в уютный отель «Четыре короны» в центре города, утром у вас будет возможность позавтракать в ресторане отеля, а после вас будет сопровождать экскурсовод, который вас ознакомит с жизнью Кропоткина П. А. и проведет вас по улице, названной в честь его имени, которая является самой длинной улицей в городе, где и установлен памятник. Следом вы отправитесь вдоль улицы Кропоткина в кофейню «Кофе-тайм» на обед, затем вас ожидает экскурсия по самому дому Кропоткина.

В доме вы сможете ощутить обстановку, которая окружала Петра Алексеевича в последние годы жизни, после его гибели жена старательно сохраняла тот уют, который так ему понравился. Дом стоит не далеко от улицы Кропоткина, путь к нему займет не более 5 минут.

Дальше по вашему желанию вы можете прогуляться по центральной площади города Дмитрова, где расположен Дмитровский кремль и памятник Юрию Долгорукому, основателю города Дмитров, или же взять в аренду самокаты и прокатиться по городу и увидеть множество других интересных мест нашего города, вечером в отеле у вас будет ужин. Утром вас будет ожидать тот же автобус.

Надеемся, что мы смогли вас заинтересовать, и вы захотите побывать в городе Дмитров и познакомиться с творчеством Кропоткина.

### **Список литературы**

1. Петр Алексеевич Кропоткин – Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/>
2. Дом-музей П. А. Кропоткина – Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/>
3. Кропоткин П. А. В русских и французских тюрьмах (современная орфография): Биография и мемориалы. 1906 г. 25 с.

**П. К. Бегина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Т. В. Рейстерман

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА ЕЕ РАБОТЫ**

В наши дни успех деятельности и прибыльность туристских организаций зависит от множества факторов: финансового анализа деятельности; качественно выстроенного имиджа на рынке; воздействия состояния экономики государства; степени изучения конкурентов и рынка сбыта; защиты информации; усовершенствования программного обеспечения и др. [4]. Из всех представленных выше факторов, одним из важнейших является способность формировать имидж фирмы.

Имидж – специально созданный информационно-образный объект, который полностью характеризует субъект коммуникации и создан для аудитории в целях эмоционально–психологического воздействия на нее.

Имидж содержит основополагающие характеристики субъекта коммуникации и выражается в оценках, суждениях, различных формах потребительского поведения [3, с. 32].

Важными составляющими имиджа туристского предприятия могут быть: имидж туристского продукта (в него может входить качество исполнения услуг, положительные или отрицательные отзывы других покупателей, соответствие обещанным характеристикам, визуальное оформление рекламной кампании продукта); бизнес–имидж туристской организации (ее репутация в деловой сфере); имидж потребителя туристского продукта (его возрастная группа, увлечения, место работы или учебы, стиль жизни, статус в обществе); визуальный имидж организации (фирменный стиль, логотип, фирменные цвета, дизайн помещений, дизайн униформы сотрудников); внутренний имидж фирмы (внешний вид и культура поведения работников, компетентность и качество их работы, общий климат в коллективе).

Благодаря данному «инструменту» компания может определить и найти свою целевую аудиторию, занять соответствующую нишу на рынке и отличаться от своих конкурентов; именно в нем можно проследить коммерческую направленность компании [2]. Поэтому, современные туристские фирмы не могут игнорировать необходимость развития положительного имиджа и деловой репутации в стремлении улучшения своей работы. Можно объяснить данную зависимость (успешной работы туристского предприятия от качественно выстроенного имиджа) при помощи данной схемы (Рисунок 1).



*Рисунок 1 – Формирование имиджа турфирмы*



Для формирования своего положительного имиджа туристские организации, как и другие компании, пользуются различными средствами. В первую очередь, услуги, производимые фирмой, должны быть качественными и стремиться к постоянному совершенствованию. Далее для создания благоприятного имиджа фирмы используют различные способы продвижения, включающие и рекламные материалы, и PR-мероприятия (такие как выставки, пресс-конференции, спонсорские мероприятия и другие) [1].

Внешний образ предприятия может быть представлен единством фирменного стиля в товарном знаке, распространяемых информационных рекламных и PR материалах, дизайне офиса и фирменной одежде сотрудников. При этом важную роль играют фирменные цвета.

Для определения формирования имиджа в туристских организациях был проведен опрос сотрудников десяти туристских предприятий, работающих в городе Раменское.

По результатам опроса каждое участвующее в опросе турагентство заботится о своем положительном имидже. Такой результат говорит о том, что в настоящее время без данного процесса действительно невозможно успешное функционирование фирмы на рынке услуг.

Судя по выявленной статистике, все без исключения фирмы используют для создания своего имиджа фирменный стиль, рекламу, связи с общественностью и дизайн своих офисов.

Вместе с тем главную роль при формировании имиджа 20 % фирм уделяет связям с общественностью, 45 % фирм опирается на рекламу, 35 % туристских предприятий считают необходимым в первую очередь создавать привлекательный внешний вид своему офису.

Наряду с этим большинство (80 %) представителей туристских организация понимает, что репутация выстраивается на качестве обслуживания, которое складывается из признаков, преимуществ, свойств (потребительских и эмоциональных), показывающих уровень, на котором продукт удовлетворяет потребности потребителей. Остальные 20 % делают акцент на разнообразии турпродуктов, качество их представления, хотя тоже понимают, что без качественного обслуживания клиентов турфирма будет развиваться намного медленнее, и все составляющие имиджа важны.

В ходе исследования были изучены сайты и отзывы некоторых из рассматриваемых нами туристских предприятий г. Раменское.

Рассматривая сайт турпредприятия 1, нельзя не обратить внимания на интересное визуальное оформление, отличающееся использованием ярких картинок, визуализирующих счастливый отдых. Сайт выполнен в синих, зеленых и белых цветах. Необычный и запоминающийся логотип в виде складывающихся кусочков паззла замечен сразу при открытии веб-страницы.

Сайт удобен тем, что основную информацию не приходится искать долго – сверху находятся вкладки «Подбор тура», «Горящие туры», «Страны», «Оплата» и «О компании». Все необходимые контакты для связи и ссылки на официальные страницы в социальных сетях сразу заметны, поскольку располагаются в центре, рядом с логотипом. Минус данного сайта заключается в отсутствии отзывов, из-за этого сложно составить полную «картинку» имиджа турпредприятия 1.

Визуальное оформление сайта турпредприятия 2 нельзя охарактеризовать как то, что потенциально могло бы привлечь большое количество клиентов. Основные цвета темные и блеклые, а дизайн сильно устарел. Используются неподходящие друг другу шрифты, что также мешает восприятию. Если говорить об информационной наполненности, на данном сайте достаточно много полезных разделов, таких как актуальные новости в туризме и погода в некоторых городах мира. Легко найти необходимую информацию, так как присутствует много вкладок, например, «Билеты», «Страхование», «Круизы», «Виды отдыха», «Горящие туры», «Отзывы», «Фотогалерея» и так далее. На сайте можно найти большое количество развернутых и положительных отзывов. Полностью негативных отзывов на сайте нет, но если говорить об отдельных минусах в поездках, которые выделяют клиенты, можно отметить неудобное расположение отелей, а также, по мнению клиентов, реальный уровень некоторых отелей не соответствует его заявленному классу.

Турпредприятие 3 использовало светлые и нежные цвета для визуального оформления своего сайта, например, белый, голубой и бежевый. Логотип выполнен в подходящей тематике – каллиграфично выведенные заглавные буквы. Как и на сайтах представленных выше конкурентов, все необходимые разделы сразу видны на сайте, что очень удобно. Присутствуют такие разделы,

как «Об агентстве», «Транспортные услуги», «Организация свадеб», кнопка для скачивания презентации с информацией об агентстве, направления и виды отдыха, доступные клиентам, а также номера телефонов для связи. Есть окно для ввода критериев поиска подходящего тура, которого не было на сайтах турпредприятия 1 и турпредприятия 2. На сайте нет отзывов клиентов, что является отрицательным критерием.

Таблица 1 – Анализ сайтов некоторых турпредприятий г. Раменское

| Турпред-<br>приятия | Визуальное<br>оформление | Наличие<br>логотипа | Быстрая<br>работа сайта | Доступность<br>необходимой<br>информации<br>(наличие<br>вкладок) | Наличие<br>отзывов |
|---------------------|--------------------------|---------------------|-------------------------|--|--------------------|
| Турпр. 1            | +                        | +                   | +                       | +  | -                  |
| Турпр. 2            | -                        | +                   | -                       | +  | +                  |
| Турпр. 3            | +                        | +                   | -                       | +  | -                  |

Таким образом, можно отметить, что турпредприятие 2, в отличие от двух рассмотренных конкурентов, оказалось хуже в визуальном оформлении своего сайта и скорости своей работы. Однако на данном сайте (в отличие от турпредприятия 1 и турпредприятия 2, на сайте турпредприятия 3) можно было найти большое количество отзывов, что является положительным качеством. На сайтах всех трех турпредприятий можно было легко найти основную информацию благодаря удобным вкладкам и разделам.

После проведения краткой сравнительной характеристики работы сайтов некоторых туристских предприятий г. Раменское можно составить их рейтинг по количеству рассмотренных нами показателей (рисунок 2).

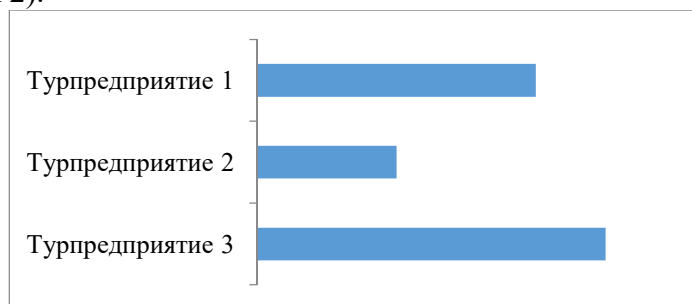


Рисунок 2 – Рейтинг рассмотренных турпредприятий г. Раменское

Отметим, что для большинства потребителей образ туристской фирмы первоначально складывается по официальному сайту и информации, представленной на нем. Поэтому организаторам туристского бизнеса при формировании имиджа обязательно следует учитывать существенную роль оформления сайта, его наполняемости и скорости работы. При этом также необходимо следить за актуальностью производимых туристских услуг и их безупречным качеством.

Туристские организации не смогли бы существовать на рынке и отличаться от конкурентов без своего фирменного образа. Формирование имиджа туристской организации является важной составляющей успеха ее работы.

Турпредприятиям необходимо анализировать свою работу по критериям, значимым для потребителей; своевременно определять, какие факторы должны быть улучшены; воплощать в жизнь идеи повешения качества услуг и репутации туристской фирмы.

#### Список литературы

1. Надуваев К., Медведева О. Использование PR-технологий в формировании позитивного имиджа организации // Журнал экономики и бизнеса. Калуга, 2021. № 6-2 (76). С 104–111.
2. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности: учеб. пособие / пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»; ИНФРА-М, 2003. 368 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 21 века: учеб. пособие. Санкт-Петербург: Нева Экономикс, 2011. 125 с.
4. Шевченко Д. А. Реклама. Маркетинг. PR: учебно-справ. пособие. М.: РГГУ, 2014. 390 с.

**О. Н. Березина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*  
 Научный руководитель: О. А. Мечковская

### **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА (НА ПРИМЕРЕ САНАТОРИЯ «ОЗЕРО БЕЛОЕ» ГОРОДСКОГО ОКРУГА ШАТУРА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

В настоящее время тщательно продуманная и грамотно разработанная система мотивации позволяет сотрудникам туристского предприятия почувствовать свою значимость, получить удовлетворение от трудовой деятельности, и, как следствие, повышается качество предлагаемых услуг. Каждое предприятие, разрабатывая мотивационную систему, должно учитывать возможности, которыми оно располагает для создания эффективной системы мотивации, и те реальные запросы персонала, которые могут повлиять на качество его трудовой деятельности и результат деятельности предприятия. «Система мотивации работников является важной частью системы управления персоналом. Реализация всех стратегий и задач любого предприятия зависит от степени заинтересованности персонала в успешном выполнении работы. В современном менеджменте существует несколько подходов к определению понятия мотивации, но все они сводятся к тому, что это сложный непрерывный процесс, обусловленный физической или психологической потребностью персонала, создающей побуждение к эффективному действию или активности для достижения личных целей каждого или целей организации» [7, с. 181].

Изучению систем мотивации трудовой деятельности персонала посвящены исследования Бондаренко Д. В., Бондаренко Т. С., Васильченко Л. В., Верига А. В., Вороновой Ю. Г., Евсеенко В. А., Колмагорова М. В., Ксенофонтова С. И., Онищук Л. А., Поварич И. П., Столяренко А. В., Удаловой И. Б. и других.

При создании системы мотивации персонала, предприятия индустрии туризма должны уделять внимание информированию персонала о целях, структуре, функциях, истории предприятия, ответственности должностных лиц за решение возложенных на них задач, методах и стиле управления.

Верига А. В. и Евсеенко В. А. определяют мотивацию «как систему факторов внутреннего и внешнего воздействия, побуждающих персонал к активной деятельности для достижения, как личных целей, так и целей организации. Если работник мотивирован, значит, он заинтересован, а, следовательно, создана ситуация, при которой он, решая общие цели организации, удовлетворяет личные потребности и сознательно выбирает определенный тип поведения» [3, с. 106].

Колмагоров М. В., Ксенофонтов С. И., Поварич И. П. рассматривают мотивацию «с позиции теории социального управления как совокупность способов или методов воздействия, позволяющих сформировать такой комплекс мотивов объекта управления, который обеспечивал бы его поведение в соответствии со стратегическими целями развития предприятия» [5, с. 102].

Васильченко Л. В. пишет, что «Мотивацию как процесс можно представить в виде ряда последовательных этапов, вначале это возникновение потребностей, в завершении – устранение потребности. Мотивирование – это процесс воздействия на человека для побуждения его к конкретным действиям посредством побуждения в нем определенных мотивов» [2, с. 47].

Воронова Ю. Г. обращает внимание на то, что «для осуществления некоторых методов мотивирования необходимы денежные затраты, ведь для того, чтобы предприятие стало конкурентоспособным, а работники имели мотивы к труду, нужны определенные финансовые вложения» [4, с. 71].

Санаторий «Озеро Белое», расположенный в Городском округе Шатура Московской области, является санаторием общетерапевтического профиля, оказывает реабилитационные, оздоровительные, лечебные и диагностические услуги, консультации узких специалистов.

В санатории работают 360 человек: административно-управленческий и медицинский персонал, сотрудники пищеблока, хозяйственного и инженерно-технического отделов, отдела

приема и размещения, культурно-массового отдела. Структуру персонала можно представить следующим образом (рисунок 1).

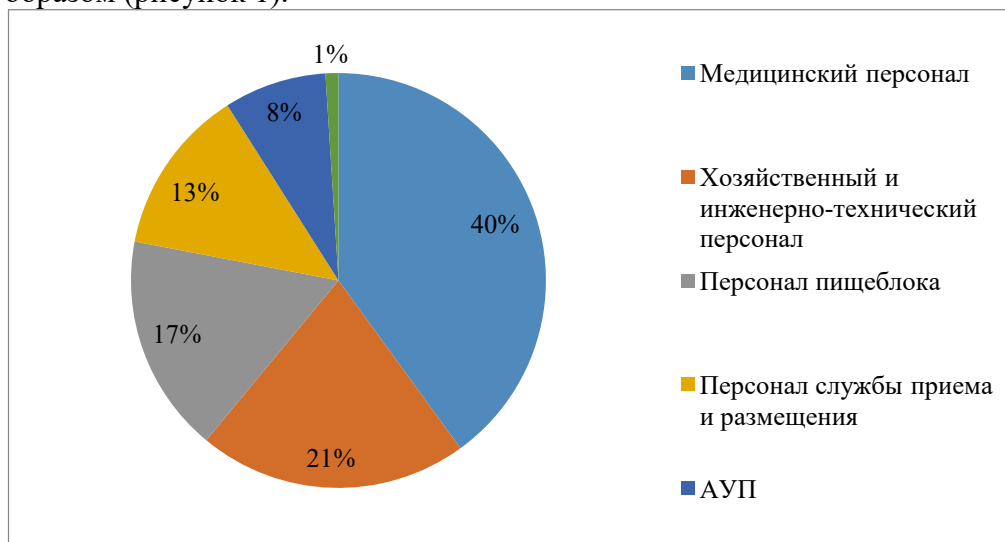


Рисунок 1 – Структура трудовых ресурсов санатория «Озеро Белое» в 2021 г., %

Самый многочисленным является медицинский персонал (врачи, средний и младший медицинский персонал) – 144 человека, он составляет 40 % от общей численности работников. На долю работников хозяйственного и инженерно-технического отделов приходится 21% от общей численности работающих – 76 человек. На долю сотрудников пищеблока и службы приема и размещения соответственно приходится 17 % и 13 % от общей численности персонала. Административно-управленческий персонал и сотрудники культурно массового отдела составляют 9 % сотрудников.

Система мотивации сотрудников санатория «Озеро Белое» включает материальные и моральные стимулы и направлена, в первую очередь, на повышение качества медицинского обслуживания отдыхающих и уровня медицинских услуг. «Формирование социально ориентированной рыночной экономики требует решения практических задач управления трудовой деятельностью работников организации путем применения эффективной системы мотивации персонала, которая способствовала бы повышению их заинтересованности в качественной и продуктивной работе» [3, с. 108].

Материальное мотивирование медицинского персонала санатория «Озеро Белое» включает заработную плату, денежные премии, доплаты за вредные и тяжелые условия труда, работу в ночные часы (в соответствии с Трудовым кодексом РФ). В положении об оплате труда указаны минимальные размеры окладов, условия и размеры выплат компенсационного и стимулирующего характера.

Оплата труда персонала санатория «Озеро Белое» подразделяется на постоянную и премиальную часть. Постоянная часть состоит из оклада, надбавки за выслугу лет, стимулирующих выплат. К окладам медицинских работников санатория установлены персональные повышающие коэффициенты по занимаемой должности (при этом учитывается уровень образования, сложность выполняемой работы) и за квалификационную категорию.

Премирование производится ежемесячно при выполнении сотрудниками показателей премирования и с учетом вклада каждого и в целях усиления материальной заинтересованности персонала в своевременном и качественном выполнении должностных обязанностей. Система премирования является одним из важных мотивов для работников санатория, т.к. премия является частью заработной платы. В положении о премировании перечислены нарушения, за которые предусматривается лишение премии. «Поощрение вселяет веру у человека в себя, в свой потенциал, способности, дает надежду на успешное выполнение новых заданий, что усиливает стремление, трудится наилучшим образом. Позитивное подкрепление формирует установку, в рамках которой работник стремится к такой линии поведения, к выполнению таких задач, к такому качеству труда, посредством которых оправдывается его ожидание справедливого вознаграждения» [2, с. 48]. Фонд

премирования и размер стимулирующих выплат определяется локальным нормативным актом, который является частью Коллективного договора. Так же коллективным договором установлено, что раз в год каждый работник санатория «Озеро Белое» может обратиться в администрацию с заявлением на получение материальной помощи на лечение, обучение и в связи с другими жизненными обстоятельствами.

Стоит отметить, что фактически премии по итогам работы за определенный период (месяц, квартал, год) зависят в большей степени не от выполнения установленных показателей премирования, а выплачиваются исходя из наличия финансовых возможностей санатория.

Поскольку возможности материального стимулирования в санатории ограничены, руководством используется нематериальная мотивация: отмечаются достигнутые сотрудниками результаты; предоставляется возможность для дальнейшего обучения и повышения квалификации; рабочие места медицинского персонала оснащаются современными техническими средствами и т.д. «Поощрение морального характера частично можно отнести к группе организационных мер стимулирования персонала, основное отличие заключается в уровне применения меры. С одной стороны, влияет эмоциональный аспект, а с другой – аспект утверждения или разрушения как личности» [6, с. 3].

Моральное мотивирование персонала санатория «Озеро Белое» позволяет регулировать поведение сотрудников с помощью общественного признания и заключается в передаче и распространении информации о результатах трудовой деятельности, достижениях в ней и заслугах работника. Его целью является повышение уровня заинтересованности персонала в выполняемой деятельности.

В качестве методов морального мотивирования руководство санатория применяет меры поощрения: объявление благодарности, награждение ценным подарком, почетной грамотой и т.д. В качестве мер наказания накладываются дисциплинарные взыскания (замечание, выговор), понижение в должности, а также руководство может инициировать увольнение сотрудника. Важными мотивирующими факторами для медицинского персонала санатория являются осознание социальной значимости своего труда, моральное удовлетворение, возможность заниматься любимым делом, стабильный морально-психологический климат в коллективе. Но в процессе деятельности сотрудники санатория «Озеро Белое» не получают своевременной оценки своей работы и результатов как отрицательных, так и положительных. Не разработаны критерии определения лучших сотрудников месяца (года), не предусмотрены возможности их поощрения, что могло бы стимулировать трудовую активность персонала, в том числе и медицинского.

Создание в санатории благоприятных условий труда для персонала способствует качественному сервису. Одной из главных задач руководства является организация рабочего процесса таким образом, чтобы сотрудникам было комфортно исполнять свои обязанности.

Несмотря на применение рассмотренных выше методов мотивации персонала, наблюдается наличие большого количества вакантных ставок в штатном расписании санатория «Озеро Белое» (всего в штатном расписании 455,0 ставок, из которых в настоящее время вакантны 50, штат укомплектован на 79 %), недобор медицинского персонала (в основном медицинских сестер), горничных, работников пищеблока, хозяйственного отдела. Отрицательным моментом является низкие зарплаты данных категорий сотрудников (15000 – 18000 руб.) и отсутствие повышения премиальной части оплаты труда.

Проблемным является привлечение молодых специалистов. Поскольку пройти повышение квалификации или профессиональную переподготовку за счет работодателя может только медицинский персонал, работа в санатории малопривлекательна для молодых людей до 30 лет, доля сотрудников этого возраста составляет 5,3 % персонала.

Таким образом, от уровня мотивации персонала зависит эффективная деятельность санатория, качество оказываемых услуг и признательность отдыхающих. Система мотивации туристского предприятия должна быть направлена на повышение трудового потенциала персонала, повышение заинтересованности в предоставлении отдыхающим качественных медицинских и санаторно-курортных услуг. «Мотивация персонала в современной организации представляет собой целый комплекс процедур, которые включают в себя не только понимание со стороны

работодателя, что может удовлетворить в профессиональном плане отдельно взятого (конкретного) работника, но и целый набор материальных денежных, материальных неденежных и моральных стимулов» [1, с. 266].

#### Список литературы

1. *Бондаренко Д. В., Бондаренко Т. С.* Совершенствование системы мотивации персонала организации/Аллея науки Т. 2. № 6 (57). 2021. С. 263–266. [Электронный ресурс]. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_46496564\\_16716439.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_46496564_16716439.pdf)
2. *Васильченко Л. В.* Многообразие методов мотивации персонала в медицинских учреждениях (на примере ОАГУЗ Санаторий «Красиво») / В сборнике: Современные образовательные технологии в мировом учебно-воспитательном пространстве. Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией С. С. Чернова. 2017. С. 46-49. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_30544144\\_65109841.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_30544144_65109841.pdf)
3. *Верига А. В., Евсеенко В. А.* Организационно-экономический механизм управления мотивацией персонала/ Менеджер. № 2 (96). 2021 г. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_46336366\\_46034829.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46336366_46034829.pdf)
4. *Воронова Ю. Г.* Разработка социально-бытовых моделей мотивации персонала/ В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы развития бизнеса. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 66–72. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_36763647\\_57891824.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36763647_57891824.pdf)
5. *Колмагоров М. В., Ксенофонтов С. И., Поварич И. П.* Управление мотивацией на основе стимулирования/Вестник Кузбасского государственного технического университета. №1(45). 2005. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_18871964\\_71560189.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_18871964_71560189.pdf)
6. *Столяренко А. В., Онищук Л. А.* Назначение системы мотивации персонала предприятия и принципы ее формирования // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. № 3 (март). 0,6 п. л. URL: <http://ekoncept.ru/2017/170058.htm>
7. *Удалова И. Б., Удалова Н. А., Машинская Е. А.* Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров. 3-е изд. Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. 255 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/102274.html> (дата обращения: 10.05.2022). Режим доступа: для авторизир. Пользователей.

**Е. И. Бирюкова, С. О. Бахтина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: А. А. Коржанова

## ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

Термин «Новое время» чаще всего употребляют для обозначения периода развития Европы в XVII–XVIII веках. Однако, во-первых, исследуя истоки этого периода, многие авторы находят их в эпохе (или периоде) Возрождения. И это представляется верным. Во-вторых, реже к «нововременному» периоду относят и XIX век. XX век обычно рассматривают отдельно, определяя весь его, а иногда и вторую половину (или хотя бы конец) XIX века как «современность». При этом начальные моменты особенностей культуры Нового времени, конечно, связываются с Ренессансом и Реформацией. А вот, что касается конца – с ним сложнее. Своеобразие европейской культуры (а через это во многом и мировой), которое было связано с возрожденческими и реформационными изменениями, не исчезло вовсе и сейчас. Новое время, расцвет своеобразия так называемой нововременной культуры – это, конечно, века XVII, XVIII и, наверное, первая половина XIX века.

В этот период становящаяся европейская цивилизация рождается в качестве рыночной с преобладанием товарного производства. Постепенно преодолевается натуральный характер хозяйств и утверждается доминирование денежной формы доходов.

Наряду с этим, изменяется характер светской, в частности королевской власти. На смену феодально-договорному принципу («первый среди равных») приходит власть самодержавного типа, расширившая свой суверенитет и увеличившая доходы. Кроме указанных выше начинающих изменений в характере хозяйствования, началась экспансия торговая, связанная с великими географическими открытиями. Они и астрономические открытия (Галилея, Дж. Бруно, Коперника) привели к новому взгляду на Вселенную. Мир, окружающий человека, внезапно расширился. Появились новые ошеломляющие знания о нем, стал быстро нарастать интерес к его познанию, у гуманистов эпохи Возрождения укреплялось другое представление о человеке. Они сделали акцент на том, что человек, созданный Богом, – его лучшее творение. Человек поэтому божествен и является свободным существом, в отличие от растений и животных.

В искусстве, науке, политической жизни эпохи Возрождения засверкало множество имен людей, которые до сих пор признаются великими или даже величайшими в истории человечества. Согласно концепции Л. Н. Гумилева очевиден колоссальный «пассионарный взрыв» в ренессансной Европе. Художники, такие как Джотто, Леонардо да Винчи, Микеланджело, Рафаэль, Тициан, Дюрер и десятки, если не более, других. Литераторы и мыслители, начиная с Данте и Петрарки, Боккаччо, Эразма Роттердамского, Рабле и т. д., и кончая Монтенем и Шекспиром. Томазо Кампанелла, Томас Мор, Джордано Бруно, Макиавелли. И множество других из разных областей знания, искусств, практической деятельности. Огромно количество великих произведений искусства и мастерства, открытий, свершений.

Ренессансная жизнь оказалась направленной к использованию всего и максимально. Ренессанс откровенно проявил желание грешить и получать наслаждение, хотя бы и через насилие. В церкви пьянствовали и пировали почти открыто. Вера явно расшатывалась. И вполне понятны действия церкви, которая именно в это время развернула активность «святой инквизиции». По мере ослабления влияния традиционной религии оформляется новый способ моральной регуляции, фиксируемый во многих языках понятием «совесть» и его аналогами.

В ходе контрреформации, реакции католической церкви на Реформацию и обмирщение религиозной культуры, – она переходит от Инквизиции и религиозных войн к более гибким формам влияния на общество. Создается орден иезуитов, взявшийся за формирование новой католической элиты. Иезуиты основывают многочисленные учебные заведения по всей Европе, в которых, наряду с традиционным христианским обучением, преподаются гуманитарные и естественные науки, прививаются навыки цивилизованной светской жизни. Своеобразной формой распространения религиозности нового типа стали масонские общества (от фр. francs-maçons – букв. вольные каменщики), возникшие в начале XVIII века в Англии и распространившиеся по всей Европе. Эти

общества, объединявшие образованных представителей дворянства и буржуазии, исповедовали веру в единого бога, воспитание гуманности, дружеской терпимости.

На цивилизационном уровне наступление новой культурной эпохи обычно связывают с открытиями в разных областях знания и усовершенствованиями орудий познания, как практических (инструментов), так и теоретических (философской методологии наук). Вступление точных наук в новую эпоху венчает деятельность англичанина Исаака Ньютона, создателя классической физики Нового времени, законы которой считались непререкаемыми почти вплоть до начала XX столетия. Это на самом деле поразительно: в течение жизни одного-двух поколений делается множество фундаментальных открытий, повлекших не менее масштабные подвижки в образе жизни и представлениях.

Для Нового времени, особенно XVIII – первой половины XIX века характерен дух утопизма. Поэтому этот период иногда называют «золотым веком утопий» - утопий коммунистических, призывающих к общности имущества и совместному труду, и противостоящих им, элитаристских, возвращающих к традиционной системе ценностей.

Одним из ведущих искусств Нового времени, стало сценическое искусство, которое вместе с литературой и музыкой прекратило характерное для Возрождения доминирование живописи. Качественно меняется характер музыкального искусства. В музыке был открыт новый мир сложных звуковых образов, было положено начало классической оркестровой музыке. В литературе на первый план начинал выдвигаться роман в различных его модификациях – от плутовского до романа жизнеописания (Ж.-Ж. Руссо), философского (Ф. М. Вольтер), «воспитывающего» (Д. Дидро, Г. Филдинг).

В живописи появились новые жанры – пейзаж и натюрморт, жанровая живопись, индивидуальный и групповой портрет – свидетельство растущей индивидуализации художественных вкусов и интереса к внутреннему миру человека. Пейзажная живопись демонстрировала изменения в представлениях о природе и ее ценностном восприятии.

Железность XIX века – не пустая метафора. В ней выражена существенная особенность этой поры расцвета европейской буржуазной цивилизации. Расцвета, в котором, по мере приближения к концу столетия, все ярственнее проступали черты заката Европы (О. Шпенглер), заката всей нововременной европейской культуры, постепенно развивавшейся, начиная с эпохи Возрождения.

Перед XIX веком произошел мощный промышленный переворот на основе железной паровой машины. Именно она в XIX веке стала и была главным универсальным двигателем в производстве, на транспорте. Именно она стала первой машиной, Железный транспорт с паровыми двигателями – паровозы, пароходы – обеспечивал динамичность прогресса, надежность, прочность связей между его центрами и расширяющейся периферией.

Железность пронизала и общественную жизнь. Сформировались большие национальные и сверхнациональные государства с жесткими системами управления (с чиновничеством, законами, полицией), сильной центральной властью, большими армиями, требовавшими железной воинской дисциплины, с оружием, изрыгающим смертоносный металл на все большие расстояния, со все большей точностью и скорострельностью. В XIX веке проявилась озабоченность охраной собственности, достижением равенства граждан перед законом, независимо от принадлежности к тому или иному сословию. Ведь это XIX век породил развитие идеи либерализма и социализма. Вера XIX века – спокойная, разумная, «полезная» и формальная – как бы перестает быть воистину религиозной верой. В XIX веке начинается вообще процесс крушения ценностей, долго считавшихся абсолютными, что ярко выразил Ф. Ницше.

Цивилизационные сдвиги, происшедшие в XX веке, несравнимы с тем, что бывало в других прежних эпохах, ни по масштабам, ни по темпам, ни по результатам, ни по значению. В XX веке совершались не просто отдельные научные открытия, как бы существенны они ни были, а взрывы достижений науки, начавшей почти непосредственно воздействовать на всю жизнь людей, на их мировоззрение, на развитие техники и технологий, на бытовую сферу жизни, на языки, на характер общения между людьми. Люди начали освоение океанских глубин, воздушной и космической среды, проникли в микромир. Медицинская техника усовершенствовалась вплоть до создания искусственных органов. Произошли ранее совершенно невероятные вещи с информацией: ее



накоплением и передачей, оперированием огромными массивами, информационным воздействием. Именно в XX веке возникли так называемые экологические проблемы, имеющие значение не только для отдельных регионов, но для планеты в целом, для настоящего и будущего всего человечества.

Культурные процессы, которые прослеживаются в Европе с середины XIX столетия, нельзя считать завершившимися и в XX веке. Неоднократно провозглашавшийся конец Нового времени и вступление в принципиально иное качество пока еще не столь очевидны. По-видимому, только наши потомки смогут расставить более определенные вехи в культурной динамике Западной цивилизации.

Разностороннее развитие культуры новейшего времени объяснимо тем, что само современное общество тоже довольно неоднозначное. Например, с одной стороны, оно стремится формировать высокие идеалы человеколюбия, равенства, демократии и свободы, и одновременно порождает слишком упрощенное восприятие этих ценностей. То, что культура XX века становится по своей природе интернациональной, она только выигрывает в своей разнообразии. Собрав различные духовные жемчужины практически со всех регионов мира, культура прошедшего столетия становится еще колоритней и интересней.

#### **Список литературы**

1. *Быстрова А. Н.* Мир культуры. (Основы культурологии): учеб. пособие. М., 2012.
2. *Горелов А. А.* Культурология: учеб. пособие. М., 2012.
3. Культурология. История мировой культуры: учеб. для вузов. М., 2008.
4. Культурология. Теория и история культуры: учеб. пособие. М., 2008.

**Е. И. Бирюкова, С. О. Бахтина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: А. А. Коржанова

## **РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ О ПРОВЕДЕНИИ ОКРУЖНОГО ДЕТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ ПИОНЕРСКОЙ ПЕСНИ «ВЗВЕЙТЕСЬ КОСТРАМИ!»**

19 мая 2022 года отмечалось 100-летие пионерской организации в нашей стране. 21 мая 2022 года Муниципальное учреждение культуры Дом культуры «Быково» организовал и провел окружной детский фестиваль пионерской песни «Взвейтесь кострами!» при поддержке Комитета по культуре и туризму Администрации Раменского городского округа. Фестиваль – массовое мероприятие, красочное, стимулирующее коллективы самодеятельного художественного творчества и его пропаганду.

Цели и задачи при проведении окружного детского фестиваля пионерской песни «Взвейтесь кострами!» – это создание благоприятной среды для воспитания чувства патриотизма и развития творческого потенциала детей и подростков, формирование активной гражданской позиции подрастающего поколения, создание условий для реализации творческого потенциала, формирование у подростков нравственных качеств: любви к Родине, ответственности, доброты, бескорыстия, благородства, укрепление коммуникативных и творческих компетенций участников и гостей фестиваля. В программе мероприятия участвовали коллективы из Раменского городского округа (Быковская СОШ № 15, Быковская СОШ № 14, МУ ДО «Удельнинский ЦВР», МУК ДК «Кузьяевский», МУК КДЦ «Софьинский», МУК ДК «Быково», МУК КДЦ «Дементьевский», МУК ДК «Родники», МУК КДЦ «Гжельский», Филиал дом культуры «Строитель»).

Организация фестиваля – это не только составление графика технических и прочих работ. А также разработка единой концепции фестиваля и создание организации рекламной кампании мероприятия. При составлении плана предполагается наличие специальных знаний и четкого понимания, как сделать его действительно удачным.

В основе каждого хорошего специального мероприятия лежит творческая концепция – идея, которая делает мероприятие отличным от других. Творческая концепция затем становится основой для формы организации самого фестиваля, к которой также необходим творческий подход. Понятие формы относится ко всем деталям мероприятия: подбору участников, сценарию, освещению, звуку и т.д.

На первом этапе подготовки мероприятия по проведению рекламной кампании был проведен мониторинг доступных мест для размещения печатной продукции на территории территориального управления Быково, согласованный с руководством Муниципального казенного учреждения Раменского городского округа Территориальное управление «Быково». Проведены переговоры с представителями организаций, занимающихся выпуском и размещением вышеуказанной продукции, была выработана общая, приемлемая концепция рекламной продукции (плакаты для баннеров, афиши, буклеты, листовки и т.д.), определены виды и объемы информационных текстов для печатных, электронных СМИ.

Организация фестиваля – далеко не первое мероприятие, проводимое Домом культуры «Быково». Особенностью подготовки фестиваля являлось в дополнение к традиционным способам рекламы еще и распространение пригласительных билетов среди социально незащищенных слоев населения. С этой целью часть билетов была передана в Муниципальное казенное учреждение Раменского городского округа Территориальное управление «Быково» для бесплатной раздачи билетов ветеранам войны и труда, инвалидам и воинам-интернационалистам.

Рекламную кампанию разработали по следующим направлениям и проанализировали, какой вид рекламы на небольшой территории получает больший отклик у людей.

Для уличных рекламных щитов были разработаны афиши (баннеры 3х6 м.), где крупным текстом выделялись дата и место проведения фестиваля. Самый «старинный» канал привлечения клиентов – это наружная реклама. И слово «старинный» не означает «устаревший» и «неэффективный».

За месяц до проведения окружного детского фестиваля пионерской песни «Взвейтесь кострами!» было налажено взаимодействие с Общественно-политической газетой Раменского городского округа «Родник», охватывающей территорию, необходимую для визуальной рекламы. Анонсы мероприятия проходили в рубрике «Афиша».

Распространение рекламных листовок производилась несколькими способами.

Раздача листовок. Акция проводилась в местах с наиболее высокой проходимостью, что позволяло за короткое время донести рекламную информацию до значительного числа получателей, пользующихся общественным транспортом. Распространение листовок в переходах, у крупных торговых центров, на перекрестках – самые востребованные на сегодняшний день виды распространения в Московской области и Москве.

Безадресное распространение листовок. Сюда входит уже описанная раздача листовок в людных точках, а также размещение листовок под дворники автомобилей, разноска в жилые дома по почтовым ящикам. В первом случае рекламная акция охватывает огромную площадь, ведь увезший листовку с собой владелец машины может проживать в другом районе Москвы и Московской области.

Реклама в Интернете охватывает около 30 миллионов человек, которые посещают свыше миллиона сайтов ежемесячно, т.е. генерируют трафик.

Самая интересная задача - привлечь зрителей на конкретные мероприятия.

Для начала была подготовлена сама публикация. В нее входил заголовок, текст анонса, изображение и ссылка на сайт, где есть подробное описание.

Цель заголовка – привлечь внимание, поэтому был придуман короткий, но привлекательный и информационный текст. В тексте была выражена суть, чему посвящено мероприятие и какое у него содержание.

Анонс отличается от цели тем, что читатель должен увидеть не только описание мероприятия, но дату, время и место проведения, чтобы сразу понять, сможет ли он на него прийти.

Картинка – закрепляет эффект заголовка, она должна быть яркой и запоминающейся.

Текст ссылки и URL-адрес должны быть корректными. Если сам URL слишком длинный, можно воспользоваться сервисами для сокращения ссылок. Такими как, сервис от Google [goo.gl](http://goo.gl), или [bitly.com](http://bitly.com).

После того, как все подготовлено и опубликован анонс у себя на страницах, возник вопрос – а что же дальше? Ведь мир социальных сетей огромен. Нужно было через социальные сети расширить охват и донести информацию новым потенциальным клиентам. Для этого добавляли свой анонс в другие группы и страницы, которые соответствовали нашей тематике, а также в группы, созданные на территории поселка.

Чтобы добавить публикацию в такие группы или страницы, добавлялись сами как участники или подписчики и пробовали самостоятельно добавить новость на страницу.

Если такой возможности не было, то отправляли администраторам на проверку публикацию и в большинстве случаев после проверки нашу новость добавляли.

При проведении рекламной кампании для продвижения окружного детского фестиваля пионерской песни «Взвейтесь кострами!» в поселке Быково Раменского городского округа Московской области пришли к выводу, что анонсы в СМИ ориентированы больше на средний и старший возраст жителей, т.к. у многих нет смартфона, компьютера или интернета. Распространение листовок требует больших усилий, чем кажется. Обращение к восприимчивым клиентам требует большого внимания. Надо стараться всегда быть вежливым и профессиональным. Люди при таком виде рекламы могут принадлежать к любой возрастной категории. Вопрос: возникнет ли у них интерес? В основном люди в общественных местах спешат и не всегда воспринимают листовки как что-то интересное, но есть и те, кто с удовольствием воспринимает полученную информацию через маленькие афиши. Это один из методов работы рекламной кампании.

В общем, можно сказать, что работа с социальными сетями становится одной из важных и удобных частью маркетинга для любого вида мероприятия - от театра до спорта. Целевая аудитория для такого вида рекламы очень разнообразна: от школьников до людей преклонного возраста.

И, конечно, после проведения фестиваля не надо забывать, что после окончания события работа еще не закончена. В социальных сетях сделали публикацию о проведенном событии. Это работает как самореклама. И самое главное – это сбор отзывов и мнений от зрителей и участников. Это помогает привлечь новых зрителей на следующие мероприятия и создать положительный имидж для организации. Отзывы бесценны и будут работать долгое время.

В заключение хочется сказать, что все виды рекламы имеют свою значимость. Конкретно обозначить, какой способ более эффективен, не представляется возможным. Это зависит от многих факторов, в частности, от территории, где будет проходить мероприятие, Москва это или Московская область, город или поселок и пр. Поэтому организаторы мероприятия используют все методы рекламы.

#### Список литературы

1. Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете. М.: Омега-Л, 2017.
2. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти. М.: ИНФРА-М, 2017.
3. Синяева И. М., Романенкова О. Н., Жильцов Д. А. Реклама и связи с общественностью. Учебник. М.: Юрайт, 2016.
4. Ушанов П. В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и Public Relations. М.: Флинта, Наука, 2018.
5. Фролов С. С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг. М.: Высшая школа, 2018.

**Е. И. Бирюкова, С. О. Бахтина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: А. А. Коржанова

## КУЛЬТУРА И РУССКИЙ ЯЗЫК

Язык – не только средство общения, передачи знаний, это и форма, и среда обитания, и средство существования, самосохранения и поступательного развития нации. Мы живем родным языком, им мы связаны со своим прошлым, своей родословной, с настоящим, и даже с будущим. Мы ощущаем себя русскими и принадлежащими своему роду, Родине через родную речь. Русский язык раскрывает нам глубины нашей истории, богатства русской словесности, устного и письменного творчества, образовывает нас и в конечном итоге делает нас гражданами, детьми великой страны, наследниками и продолжателями великой культуры и великой истории.

В связи с распадом Советского Союза, политическими и социальными переменами в России русский язык переживает значительные трансформации. И это не оставляет равнодушными россиян, жителей столицы. Среди современных процессов, происходящих в речевой коммуникации, более всего беспокоит растущая безграмотность населения (52,2 %), на втором месте – нарушение традиционных для Москвы норм произношения (43,1 %), связанное с массовым притоком мигрантов из отдаленных уголков страны, носителей местных диалектов, а также граждан ближнего зарубежья, плохо знающих русский язык. На третьем месте по уровню обеспокоенности – невыразительность речи (40,5 %), на четвертом – необоснованное заимствование иноязычных слов (35,5 %). Далее следует обеднение словарного запаса населения (32,9 %), напрямую связанное с растущей безграмотностью и засильем иноязычных слов. Характерными явлениями для современного русского языка является также жаргонизация сфер бытового и публичного общения, «огрубление» речи в СМИ и засорение языка просторечиями и разговорной лексикой, активно используемой в СМИ и таким образом внедряемой в обиход россиян.

В последние два десятилетия русский язык претерпел серьезные трансформации, изменилось состояние культуры речи. В особенности эти процессы характерны для больших городов, мегаполисов России.

Мнения респондентов (лиц, принимающих участие в социологическом опросе) относительно состояния речевой культуры на современном этапе общественного развития во многом совпадают с исследованиями ученых в этой области. Отмечая положительное воздействие на состояние языка новых общественно-политических реалий, отмену цензуры, свободу высказываний личного мнения каждого, культурную открытость России внешнему миру, доступность произведений зарубежной литературы, кино, театра, информации для граждан России, ученые-исследователи проблем культуры и языка в то же время фиксируют и отрицательные тенденции, такие как неточное употребление или искажение значений слов, стилистические нарушения, грамматические ошибки, употребление многим непонятных иноязычных заимствований, аббревиатур, проникновение жаргона в публицистическую и устную официальную речь, злоупотребление эмоционально окрашенной лексикой в официальной публичной речи.

Характерной чертой времени стало преднамеренное искажение устной речи, языка СМИ, литературы, театра, кино внутренне культурными людьми – политиками, работниками культуры и искусства. Занижение стиля языкового общения, искажения, загрязнение языка вошло в моду (в качестве примера можно привести молодежный или компьютерный сленг).

В сложившейся ситуации социокультурная среда резким образом изменилась по отношению к ситуации двадцатилетней давности. Эти перемены наиболее решительно коснулись подрастающего поколения, оказавшегося оторванным не только от многовековых национальных культурных и языковых традиций, но и от культуры речи старших поколений, своих родителей. Сложилась ситуация, когда отцы и дети говорят на разных языках, часто не понимая друг друга.

Таким образом, можно отметить существование двух типов социокультурных связей и двух слоев, даже разновидностей современной устной и письменной речи.

Первый тип опирается на традиции национальной культуры и культуры речи. Второй тип бесцеремонно отвергает эти традиции, провозглашая их устаревшими и ломая, коверкая. Засоряя родную речь жаргонами, вульгаризмами, компьютерным сленгом, немыслимым сочетанием русских слов и англицизмов и т.п.

Отечественная история свидетельствует о том, что роль культуры всегда актуализируется, приобретает решающий характер именно в переломные моменты развития страны, оказывая эпохальное гуманизирующее и стимулирующее воздействие на государство. Но в то же время культура переживает кризисные явления, возрастающее давление антикультурных проявлений. Какой выйдет культура из состояния кризиса – окрепшей и приобретшей новые яркие черты или ослабленной, утратившей былую силу и величие – зависит от множества факторов – социальных, политических, экономических и т.д.

Сфера культуры – это все духовное и материальное богатство нашей жизни, это сложная совокупность социальных институтов, функционирование которых обеспечивает решение важнейших социальных задач.

Сохранение и создание новых культурных ценностей и, главное, формирование подлинной культуры человека связаны с направленным характером деятельности субъектов творчества, формированием позитивного отношения как к традиционным, так и инновационным культурным ценностям.

Соответственно этому основная задача в сложившейся социокультурной ситуации состоит в обеспечении государства и общества такими знаниями, идеями, теориями, практическими программами, которые способны не только отразить и объяснить происходящие в мире культуры процессы, но и помочь восстановлению утраченного культурного пласта при решении задач культурного строительства и культурного воспитания.

Нереализованный культурный потенциал тормозит духовное и материальное развитие государства и общества.

Культура – это основа, стержень государственности, это дорога, по которой любая нация продвигается из прошлого через настоящее в будущее. Насколько то, что мы делаем, было нужно людям – актуально, современно, созвучно эпохе, событиям, происходящим в нашей стране и мире, насколько помогало людям жить, делало их духовно богаче, добрее, человечнее – покажет будущее. Но мы живем, учимся и работаем в настоящем, в современном реальном контексте.

И в связи с этим можно отметить, что маятник развития экономических, общественных, а вместе с тем и культурных процессов двинулся от очередного революционного отрицания всего и вся к созиданию.

Московским институтом социально-культурных программ было проведено социологическое исследование «Проблемы межнационального общения и культурного обмена». Полученные данные позволяют говорить о примитивизации культурных запросов, размытости нравственных критериев, невысоких культурных запросах населения в целом и в особенности молодежи. В такой ситуации часть молодежи нелегко воспринимают нормы отечественной культуры, в том числе и языковой культуры, легко поддается влиянию псевдокультуры и антикультуры, невольно участвуя в искажении родной устной и письменной речи. Поэтому необходимо целенаправленно расширять культурный уровень и кругозор подрастающих поколений, развивать интерес к знаниям, особенно к фундаментальным, общественным наукам, к искусству, приобщать к лучшим образцам мировой и общественной культуры, литературы. В этих целях первостепенное значение имеет восстановление принципа доступности культурных благ для всех слоев населения, пропаганда норм русского языка и защита его от многочисленных антирусских влияний.

Научные исследования Московского института социально-культурных программ, других исследовательских центров свидетельствуют о сохранении у части молодежи чувства патриотизма, понимания роли культуры и языка в укреплении государственности, общественно консолидации, развитии личности. И именно эта ее часть может стать инициаторами широкого движения в защиту русского языка, за очищение его от ненормативной и иноязычной лексики.

Несмотря на сложность переживаемого периода, в народе жива тяга к извечным нравственным культурным ценностям. Задача культуры как показателя уровня духовной жизни

людей, результата их воспитания и образования, интеллектуального, нравственного и эстетического развития – объединять народы России вокруг русского языка и русской культуры. Эти усилия, несомненно, принесут свои плоды не только в гуманитарной. Но и в экономической, и социальной, и политической, и иных сферах жизнедеятельности российского государства и общества. Они будут служить сплочению вокруг идеи возрождения России и ее выхода на новые исторические рубежи.

#### **Список литературы**

1. *Булгаков С. Н.* Героизм и подвижничество. М.: Русская книга, 2002.
2. *Лихачев Д. С.* Русская культура в современном мире // Новый мир. № 1. 1991.
3. *Межуев В. М.* Культура как проблема философии // Культура, человек и картина мира. М., 1997.
4. *Тоффлер А.* Третья волна. М., 2009.

**Е. А. Бученкова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТУРОПЕРАТОРА FUN&SUN)**

Конкурентоспособность туристского предприятия в настоящее время является относительной характеристикой, отражающей отличия развития данной компании от развития конкурентов по уровню удовлетворения потребности людей своими товарами или услугами и по эффективности производственной деятельности.

На уровень конкурентоспособности туристского предприятия и компаний в целом влияют определенные факторы.

Всю систему факторов конкурентоспособности туристского предприятия можно подразделить на две основные группы. Первая группа – это факторы конкурентного преимущества компании. Это группа внутренних факторов, которая включает в себя различные аспекты рыночной деятельности туристского предприятия и параметры, которые выражают уровень применения факторов предоставления услуг. Во вторую группу факторов (внешних) входят параметры социально-экономической среды, которые присутствуют вне сферы непосредственного влияния туристского предприятия. Также следует отметить факторы, которые непосредственно воздействуют на уровень конкурентоспособности компании (элементы) [1, с. 29]. Таким образом, система основных факторов конкурентоспособности туристической компании может быть представлена, как трехуровневая структура, первый уровень которой представляют элементы конкурентоспособности компании, а второй и третий уровни - внешние и внутренние факторы. К факторам конкурентных преимуществ туристского предприятия можно отнести: удобное месторасположение офисов компании; реклама; надежность; качество предоставляемых услуг; наличие эксклюзивных маршрутов; предоставление скидок обеспечение безопасности и т.д.

Для анализа конкурентоспособности туристского предприятия следует выбрать одного из крупнейшего российского туроператора FUN&SUN (бывш. TUI Россия). С марта 2022 года в соответствии со стратегией развития руководством компании ООО «ТТ-Трэвел» (бывш. TUI Россия) было принято решение о смене торговой марки на FUN&SUN.

Основными прямыми конкурентами туроператора FUN&SUN являются компании Anex tour, Coral travel, Tez Tour, Sunmar, Pegas Touristic, «Библио-глобус». Все эти туроператоры занимаются внутренним и выездным туризмом (основные направления – Турция, Египет, Греция, Кипр, Тунис, ОАЭ и т.д.).

Для сравнения уровня конкурентоспособности туроператора FUN&SUN с конкурентами необходимо провести детальный анализ конкурентоспособности по факторам конкурентных преимуществ.

Во-первых, генеральный директор FUN&SUN Тарас Демура активно сотрудничает с Ростуризмом и с начала пандемии компания взяла курс на развитие внутреннего туризма: туроператор заключил партнерство с более 36-тью субъектами РФ, начал открывать новые туристские маршруты, принимать участие в акции «Кешбэк за туры по России», создавать свой уникальный продукт (туры в Казань, Калининград, Карелию, на Алтай, на Сахалин, на Камчатку, на Байкал, на Северный Кавказ, во Владивосток, в Тюмень, в Мурманск на базе чартерных перевозок). К концу 2021 года более 11 тысяч туристов приобрели туры на чартерной программе.

Во-вторых, туроператор стремительно развивается в сфере IT-технологий. В октябре 2021г. был создан новый сайт в виде онлайн-маркетплейса, где представлен более широкий набор сервисов в отличии от сайта классического туроператора (конструктор туров, покупка авиабилетов, дополнительных услуг в отеле или аэропорту, товаров для путешествия, оплата ПЦР-тестов у партнеров, а также заказ продуктов) [3, с. 1]. Появилась новая CRM система и приложение для партнеров (турагентств), где можно в онлайн формате общаться с клиентом, подбирать, бронировать туры и заключать договора.



В-третьих, туроператор FUN&SUN имеет собственные принимающие компании, сотрудничает с большим числом российских и зарубежных авиакомпаний (Emirates, Fly Dubai, Egypt Air, Pegasus Airlines, Turkish Airlines, Уральские авиалинии, Победа, Аэрофлот, Ямал и т.д.), развивает фирменные концепции отдыха, которые разработаны с учетом интересов клиентов всех возрастов и современных трендов в туризме (FUN&SUN FAMILY, FUN&SUN ACTIVE, FUN&SUN SMART), берет в управление отели в Турции и Египте под своими фирменными концепциями. К марту 2022 г. сеть включала более 700 турагентств – собственных и на договоре франчайзинга, за счет этого узнаваемость бренда растет и вместе с этим увеличивается объем продаж.

Таким образом, компания FUN&SUN имеет высокий уровень конкурентоспособности, занимает лидирующее место на внутреннем и зарубежном туристском рынке благодаря партнерским отношениям с Федеральным агентством по туризму, с правительством, эффективной системе маркетинга, высокому качеству продуктов и обслуживания, а также большому спектру предоставляемых услуг.

#### Список литературы

1. *Волонцевич Е. Ф.* Конкурентоспособность предприятия туристической индустрии: учеб. -метод. пособие. Минск: РИПО, 2014. 134 с.

2. Статья «FUN&SUN: развитию туризма в регионах России помогут туроператорские тарифы на регулярных рейсах». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atorus.ru/node/47952> (дата обращения: 25.05.2022)

3. Статья «Туроператор TUI Россия запустил онлайн-маркетплейс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57464.html> (дата обращения: 25.05.2022)

4. Интервью генерального директора FUN&SUN Т. Демуры «Туризм всегда находится в зоне риска». [Электронный ресурс]. URL: <https://kommersant-ru.turbopages.org/kommersant.ru/s/doc/5329040> (дата обращения: 25.05.2022).

5. Статья «TUI: Как массовый туроператор может развивать турпоток в регионы России». [Электронный ресурс]. URL: <https://profi.travel/articles/42000/details> (дата обращения: 25.05.2022).

**И. В. Вологдин**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## ИСТОРИКО-ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ ГОРОДА-КУРОРТА АНАПА

Курорт – это освоенная и использованная в лечебно-профилактических целях территория, располагающая природными и лечебными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры. Основная цель курортов – обслуживание людей, стремящихся к отдыху и восстановлению здоровья [1].

Актуальность темы обусловлена увеличением роли санаторно-курортного комплекса в экономике и социальной сфере российских регионов, изменениями, произошедшими на рынке санаторно-курортных услуг, развитием межрегионального и международного сотрудничества, а также ролью культурно-исторических ресурсов на курортах.

Город-курорт Анапа — курорт федерального значения, расположенный на территории Краснодарского края, который занимает уникальное географическое положение. На юге и востоке региона расположились отроги Кавказских гор; на севере и северо-востоке находятся река Кубань и южная окраина Прикубанской низменной равнины; на северо-западе расположен Таманский полуостров; на западе примыкает слабоизрезанное побережье Черного моря. Такого идеального природно-географического сочетания важнейших географических объектов нет ни у одного района Краснодарского края. Анапа находится в 1500 км от Москвы [2].

Как и многие другие курорты, Анапа имеет культурно-исторические ресурсы. Анапа — город древний. В своем нынешнем виде Анапа довольно молода, ведь в годы Великой Отечественной войны город довольно сильно пострадал от бомбежек и боев. Однако в городе сохранились несколько исторических мест, возраст которых превышает несколько десятков лет. Также Анапа является исторически населенной местностью России — в древности (за несколько веков до н. э.) на месте Анапы находилось поселение синдов, а в период позднего Средневековья, на месте города существовала гунуэзская колония Мапа.

Исторический центр Анапы относится к памятникам градостроительства и архитектуры федерального значения [3].

В структуре культурно-исторических объектов Анапы наиболее часто встречающиеся типы – исторические памятники и музеи. К ним относятся такие объекты, как музей «Горгиппия», корабль-памятник «Алые паруса», краеведческий музей, археологический музей и другие (рисунок).

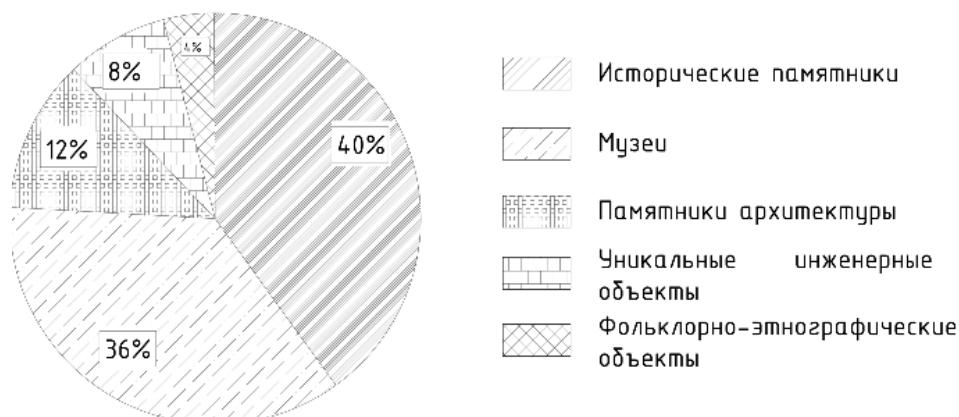


Рисунок 1 – Структура культурно-исторических объектов города-курорта Анапа, %  
\*составлен автором по [4]

Анализ познавательной ценности культурно-исторических ресурсов производится на основе психолого-эстетической оценки, которая определяет характер эмоционального воздействия на человека, их аттрактивность. Существует метод ранжирования культурных комплексов по их месту

в мировой и отечественной культуре. Производится экспертным путем сравнительной ценности объекта (балльная оценка). Применяется 4-балльная шкала для оценивания объектов и 4 группы объектов, различающихся по экскурсионному потенциалу. В Анапе и прилегающей местности насчитывается 25 культурно-исторических объектов, познавательная ценность которых позволяет использовать их для организации экскурсионной деятельности (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка экскурсионного потенциала культурно-исторических объектов курорта Анапа\*

| Название  | Познавательная ценность | Известность | Экзотичность | Выразительность | Медико-географические свойства | Доступность | Транспортная доступность | Итого |
|---|-------------------------|-------------|--------------|-----------------|--------------------------------|-------------|--------------------------|-------|
| Анапский маяк   | 1                       | 2           | 1            | 2               | 2                              | 3           | 4                        | 15    |
| Музей «Горгиппия»   | 3                       | 3           | 4            | 1               | 2                              | 4           | 4                        | 21    |
| Корабль-памятник «Алые паруса»                                      | 1                       | 1           | 2            | 3               | 2                              | 4           | 4                        | 17    |
| Русские ворота  | 3                       | 2           | 2            | 1               | 1                              | 1           | 4                        | 14    |
| «Вечный огонь»  | 1                       | 1           | 2            | 1               | 2                              | 4           | 4                        | 1115  |
| «Город воинской славы»  | 3                       | 3           | 3            | 1               | 2                              | 4           | 4                        | 520   |
| Исторический центр Анапы  | 1                       | 1           | 1            | 2               | 1                              | 4           | 4                        | 114   |
| Памятник «Казакам, павшим у стен крепости Анапа»                    | 2                       | 1           | 2            | 2               | 2                              | 4           | 4                        | 117   |
| Замок Львиная голова  | 3                       | 2           | 3            | 2               | 3                              | 4           | 4                        | 221   |
| Сквер военной техники   | 1                       | 1           | 2            | 1               | 2                              | 4           | 4                        | 116   |
| Памятник воинам-афганцам  | 1                       | 1           | 1            | 2               | 1                              | 3           | 4                        | 113   |
| «Памятник в честь 50-летия провозглашения Советской власти в Анапе» | 1                       | 1           | 1            | 3               | 1                              | 4           | 4                        | 15    |
| Краеведческий музей   | 2                       | 2           | 2            | 1               | 2                              | 4           | 4                        | 17    |
| Художественная галерея «Белый Квадрат»                              | 2                       | 2           | 2            | 2               | 3                              | 4           | 4                        | 119   |
| Курорты трудящимся  | 1                       | 1           | 1            | 2               | 1                              | 4           | 4                        | 14    |
| Анапский археологический музей                                      | 3                       | 2           | 3            | 3               | 2                              | 4           | 4                        | 21    |
| Крымский краеведческий музей  | 2                       | 2           | 2            | 1               | 2                              | 4           | 2                        | 15    |
| Новороссийский исторический музей-заповедник                        | 3                       | 2           | 2            | 2               | 2                              | 4           | 2                        | 17    |
| Крымский мост   | 4                       | 4           | 4            | 4               | 3                              | 4           | 2                        | 25    |
| Стадион ФК «Краснодар»  | 3                       | 3           | 2            | 2               | 3                              | 4           | 1                        | 18    |
| Мемориальный Комплекс Малая Земля в Новороссийске                   | 2                       | 1           | 2            | 1               | 1                              | 4           | 2                        | 13    |
| Крейсер Михаил Кутузов  | 3                       | 2           | 3            | 3               | 2                              | 3           | 2                        | 18    |

|   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Музей под открытым небом Атамань        | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 19 |
| Музей ретро-автомобилей                 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 16 |
| Свято-Екатериненский кафедральный Собор | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 19 |

\*Составлена автором по [5]

По итогам суммарной оценки аттрактивности культурно-исторических ресурсов курорта Анапа можно выделить 4 группы объектов:

- высокая аттрактивность (21–25 баллов) – 4 объектов;
- аттрактивность выше средней (17-21 баллов) – 11 объектов;
- средняя аттрактивность (13-17 баллов) – 8 объектов;
- низкая аттрактивность (13 и меньше баллов) – 2 объекта.

Наиболее часто встречающиеся культурно-исторические объекты из 3 группы, но наибольшую ценность представляют объекты, набравшие 21-25 баллов. Это Крымский мост, Анапский археологический музей, замок Львиная голова, музей «Горгиппия».

Крымский мост. Общая длина превышает девятнадцать километров. Имеет шесть полос движения: четыре для автотранспорта и две железнодорожных, открыт в 2018 году [3].

Музей «Горгиппия». Свое имя музей получил по названию античного города, бывшего 2 тысячи лет назад оплотом Боспорского царства. Именно на месте древней Горгиппии раскинулась сегодня современная Анапа, открыт в 1977 г. [3].

Замок Львиная голова. Сооружение времен средневековья хоть и не является подлинным памятником древности (поскольку воссоздано нашими современниками), но вмещает на своей территории музей и театр, открыт в 2006 г. [3].

Анапский археологический музей. Является уникальным наследием греческой цивилизации. Расположенный в историческом центре федерального курорта, памятник стал местом паломничества многочисленных гостей курорта, ученых, археологов, искусствоведов, любителей древности. Артефакты в музее подлинные, открыт в 1977 г. [3].

Анапа является исторической населенной местностью России. Экскурсии, проводимые в Анапе, не отличаются разнообразием, так как в самом городе нет таких достопримечательностей, куда можно организовать полноценную экскурсию. Все популярные места в городе Анапа – это достопримечательности, которые можно посетить самостоятельно, а экскурсии, как правило, все выездные.

#### Список литературы

1. Аванесов В. Н., Баклыков Л. И., Стойнов Т. Ф. Природные лечебные факторы курорта. Краснодар, 2011.
2. Баклыков Л. И. История курорта Анапа. Краснодар, 2009.
3. Баклыков Л. И., Ионов П. К., Санаторий «Русь», курорт Анапа: история и современность, Краснодар, 2007.
4. Богданова С. Новое лицо известного курорта // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2012. № 6. С. 44-45.
5. Ионов П. К., Баклыков Л. И. Санаторий «Русь», курорт Анапа: история и современность. Краснодар, 2007.

**Гегу Кидист Небьелеул**

*Государственный университет по землеустройству, г. Москва*

Научный руководитель: А. М. Базилевич

## **КУЛЬТОВЫЕ И СЕРВИСНЫЕ ОБЪЕКТЫ ДЛЯ ПАЛОМНИКОВ И ТУРИСТОВ (ГОРОД ЛАЛИБЕЛА, ЭФИОПИЯ)**

Современный туризм характеризуется многообразием видов и форм. Это и традиционный, организованный турфирмами, и неорганизованный, иначе самостоятельный, который по данным [3, с. 165] в сезон «пик» достигает 50–75 %, что создает напряженность в функционировании сервисных объектов. В большинстве стран основная типология путешествующих включает: внутренний туризм, въездной туризм, выездной туризм [3, с. 412]. Однако, подобная типология удобна для статистики и экономики туристической индустрии, но, как будет показано нами ниже, не связана с особенностями развития двух исторических ветвей туризма – паломничество и туризм. Попытки найти компромисс путем введения понятия «религиозного туризма» не решают проблему. Не случайно, например, в России, систематически вводятся поправки в директивные документы по туризму и паломничеству [4].

Эфиопское христианство явилось предтечей мирового православия, оно, безусловно, отличается чрезвычайной культурной и вероучительной самобытностью. Во-первых, в Эфиопии (равно как и у коптов, армян, сирийцев) после Четвертого Вселенского собора 451 года в Халкиде образовалось иное, чем в остальном христианском мире, вероучительное ответвление – монофизитство, т.е. вера в то, что в Богочеловеке Христе Божественная природа поглотила и вобрала в себя природу человеческую. С другой стороны, эфиопское богослужение содержит элементы местных африканских традиций: существует уникальный чин священнослужителей дабтара (дебтера), которые исполняют священные гимны и ритуальные танцы под бой барабанов. Итак, Эфиопская церковь сохранила в своем учении, богослужении и обряде множество древнейших христианских форм культуры, традиций Эфиопии, что одновременно является причиной туристского интереса [1].

Лалибела является брендом туризма Эфиопии. Здесь переплелись философские, исторические, культурные, этнографические, архитектурные интересы. Уникальные одиннадцать храмы 12–13 веков, вырубленные в скалах (причем сверху вниз) занесены в список памятников ЮНЕСКО. Церкви являются частью священного ландшафта, они сформировали три группы, соединенные системой траншей, проходов и дренажных каналов. Как полагают, эта система отражает секретную религиозную схему, основанную на топографии Палестины или Нового Иерусалима. При этом считается, что каждая церковь представляет собой этап в жизни Христа.

Город Лалибела принимает сотни тысяч религиозных паломников и туристов со всего мира. Рост числа посетителей Лалибелы без соответствующих изменений инфраструктуры и услуг, в которых они нуждаются, создает серьезные проблемы для путешествующих, а также для физической и социальной структур самого города. За период 2018- 2015гг ежегодное число иностранных туристов Лалибелы увеличилось более чем вдвое и составило 40 тыс. чел., а внутренних туристов – 16 тыс. чел. в год [2]. Еще более паломников – около 200 000 ежегодно посещают центр древнего православия. Однако, проблемы не только в абсолютных количествах путешественников, а: в неравномерности их посещения в году; в пропорциях их количества с количеством местных жителей города; в различии требований к инфраструктуре, сервису со стороны туристов и паломников. Последнее очевидно из нижеследующей таблицы 1.

Таблица 1 – Сравнение позиций сторон паломничества и туризма в отношении к объектам религии, другим местам гостеприимства в г. Лалибела (Эфиопия).

| № п/п | Атрибуты | Стороны                    |  |
|-------|----------|----------------------------|--|
|       |          | христианское паломничество | Организованный, включая религиозный туризм |
| 1     | мотив    | религиозный                | познавательный                             |

|   |  |   |                              |
|---|--|---|------------------------------|
| 2 | Целеполагание  | поклонение святым местам, совершение молитв | соучастие в мероприятиях     |
| 3 | Участие в богослужении, крестном ходе и пр.  | активное                                    | фрагментарное                |
| 4 | Интерес к интерьеру храма, содержанию росписей, икон                                 | Ясность смысла изображения                  | художественность изображения |
| 5 | Требования к комфорту богослужения (санитария, экология и пр.)                       | минимальные                                 | максимальные                 |
| 6 | Требования к безопасности, скученности, информации                                   | минимальные                                 | максимальные                 |
| 7 | Требования к сервису размещения, питания   | минимальные                                 | оптимальные                  |
| 8 | Требования к сервису на транспорте   | минимальные                                 | максимальные                 |
| 9 | Требования к дополнительному сервису (культурные мероприятия (музеи, концерты и пр.) | не требуется                                | желательно                   |

В городе Лалибела насчитывается более 60 мелких отелей для туристов. Однако, для паломников практически отсутствуют специально оборудованные палаточные городки [3, с. 94]. Отсутствуют также мотели, кемпинги, другие популярные виды объектов размещения [5].

В Лалибела насчитывается более 40 пунктов питания, однако мало автоматов по продаже продуктов питания и предприятий быстрого обслуживания. Имеется около шестидесяти сувенирных лавок, мастерских традиционных ремесел, центров по урокам кулинарии, экскурсиям по рынку, мастерские меда, дегустации кофе и другие, которые наряду с познавательным туризмом частично удовлетворяют спрос в сфере этнографического туризма.

Есть два пункта въезда в город Лалибела: аэропорт и автобусный вокзал. В пределах Лалибелы нет общественного транспорта. Единственным вариантом являются трехколесные моторные экипажи *бајај* (тук-тук), которые перевозят 3 человека. Во время религиозных праздников, особенно Рождества и Крещения, местные футбольные поля превращаются в стоянки для многочисленных автобусов для паломников. Автостоянки для личного транспорта, станции технического обслуживания транспорта развиты слабо [6].

Безопасность и надежность: маршруты передвижения внутри и вокруг церквей имеют опасные условия для туристов, особенно в сезон дождей, когда камни скользкие и могут нанести ущерб посетителям. Медицинские услуги: сеть пунктов первичной помощи (скорая помощь, аптеки и пр.) практически отсутствуют. Службы безопасности: в местах скопления паломников нет опорных пунктов. Службы санитарии: туалеты равномерно распределены по ядру посещения туристами, но качество их низкое из-за нехватки воды в городе, а также отсутствия слаженной работы по уборке мусора, отсутствия городской канализации. Информационное обеспечение: проблемой является отсутствие необходимых центров, вывесок, знаков.

Сервисный потенциал исторического места должен способствовать цивилизованному функционированию туризма, паломничества, в увязке с возможностями и культурными традициями страны приема гостей.

В местах сосредоточения исторических религиозных памятников г. Лалибела паломники являются преобладающими в общей структуре путешественников. Отличие их цели и требований к сервису, обязано учитываться объектами инфраструктуры.

Первоочередной теоретической задачей становится определение интегрального показателя качества инфраструктуры объектов туризма-паломничества, а его необходимый уровень (низкий, допустимый, повышенный, высокий) следует согласовать со степенью уникальности, ценности самого историко-культурного места посещения.

#### Список литературы

1. *Базилевич А. М., Гету Кидист Небелеул.* Христианское наследие Эфиопии – предмет познавательного туризма // Песковские чтения. II Всерос. науч.-практ конф. с международным участием (18–19 марта 2022 г.). «Журналистика и география». Воронеж. Воронежский ГУ, 2022.

2. Политика в области развития туризма в Эфиопии. Адис Абеба. Министерство культуры и туризма. 2009 г.
3. Российский энциклопедический словарь «Туризм». Под ред. С. Ю. Житенева. М.: Институт наследия, 2018. 492 с.
4. Федеральный закон от 03.07.2019 № 170-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и в Федеральный закон «О свободе совести и о религиозных объединениях» Ссылка на ист. <https://base.garant.ru/72285820/>? (Дата обращения 16.05.2022).
5. Berhanu Esubalew Bayih. Religious Tourism: A Tourism Prototype for Rural Community Development; the Case of Lalibela Area, Ethiopia. American Journal of Tourism Research Vol. 8, No. 1, 2019, 11-27.
6. Robertson, Cameron & Kopelman, Tatiana & Aluri, Jahnavi. (2017). Heritage, Tourism and Urbanization in Lalibela, Ethiopia.

**Ф. Ф. Давлатносиров**

*Гэзельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Е. П. Суходолова

## **ТАДЖИКСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «ГОРЫ ПАМИРА» И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

Таджикистан располагает богатыми природными, рекреационными, культурно-историческими и туристическими ресурсами. Древняя культура таджикского народа, уникальные географические и природные объекты являются основой для развития внутреннего и международного туризма.

К таким объектам можно отнести Таджикский национальный парк, созданный в 1992 году в Памире для сбережения уникальных ландшафтов гор, их флоры и фауны является самой крупной охраняемой природной территорией республики.

Площадь парковой зоны составляет около 26116,74 кв. м. Парковая зона охватывает почти весь Памир и 20 % от общей площади Таджикистана.

Непосредственное участие в создании парковой зоны принял Анвар Джамалович Бузуруков – известный геолог, выпускник геологического факультета Таджикского госуниверситета.

Надо отметить, что Таджикский (в прошлом Памирский) национальный парк является разработкой Госкомитета охраны природы СССР.

В 1990-х годах парк носил название «Памирский», но, когда в Таджикистане началась гражданская и клановая борьба, было принято решение внести изменения в название парка. «Горы Памира» – первый природный объект Таджикистана, который был включен в 2013 году в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Таджикский парк «Горы Памира» уже к 2030 году приобретет статус биосферной территории и станет частью Международного национального парка в республике Таджикистана. Этот проект создания трансграничного парка согласован с природоохранительными органами ряда азиатских стран, Отметим, что инициатором уникального проекта стали сотрудники пакистанского отделения WWF. Целью реализации подобной идеи послужила необходимость в сохранении находящихся на грани вымирания видов диких переселяющихся животных, растений, занесенных в красную книгу (ирбис (снежный барс), винторогий козел (мархур), тьянь-шанский бурый медведь, джейран, саксаул, фисташки и понтийский боярышник и т.д.), а также организации, популяризации и развитию экологического сегмента современного туризма. Впоследствии, к Международному национальному парку могут присоединиться Индия и Кыргызстан.

На данный момент парковая зона является главным центром экологического и других видов туризма в Таджикистане. В парковую зону туристы приезжают для того чтобы насладиться красивой природой горного Памира, где на сегодняшний день сохранились очень редкие и ценные виды птиц, зверей и многих других животных.

Парковая зона является одним из крупнейших высокогорных охраняемых районов в палеарктическом регионе. На территории парка находятся самые крупные пики не только Таджикистана, но и Средней Азии это: пик Исмаила Сомони (бывший пик Коммунизма — 7495 м), пик Ленина (пик Абуали ибн Сино – 7134 м), пик Корженевской (7105 м) и другие. Помимо гор, на территории заповедника можно найти самый крупный ледник Средней Азии «Федченко» площадью свыше 700 кв. км, являющийся одним из крупнейших объектов для альпинизма и горного туризма. Озера Сарез и озеро Каракуль являются уникальными природными феноменами. Сарезское озеро, запруженное самой высокой плотиной естественного происхождения в мире, представляет большой геоморфологический интерес [2].

Таджикская парковая зона богата целебными источниками: Ходжа-Обигарм, Биби Фотимаи Зухро. Здесь расположена одна из лучших здравниц республики с термальным источником – «Гарм Чашма». Целебная вода источника Гармчашма позволяет вылечить даже неизлечимые заболевания.

Здравница находится в двух тысячах метров над уровнем моря, в самом сердце высокогорных хребтов Памира. За счет многолетнего отложения солей, источники имеют форму



ванн. Места, из которых вырывается вода, поросли невероятно застывшими сталактитами и сталагмитами. Туристов и отдыхающих привлекает необычный «молочный» холм, сформированный солями и известняком, содержащихся в большом количестве в термальной воде. Стоит отметить, что весь холм исписан причудливыми природными рисунками, созданными в результате воздействия минеральных примесей. Перед выходом на поверхность, жидкость протекает через трещины в кристаллических породах, тем самым насыщаясь сероводородом, кремнием, железом и алюминием, фтором и барием, а также другими полезными веществами, необходимыми для нормального функционирования человеческого организма [3]. Эти красивые места представляют особый интерес не только для туристов, но и для историков, ведь в свое время именно здесь пролегал «Великий Шелковый Путь» – один из самых крупномасштабных и известных караванов в истории.

Главной проблемой национального парка в развитии туризма является слабая туристская инфраструктура. В настоящее время парковую зону посещают туристы, которые предпочитают экологический вид туризма. Есть еще много проблем в развитие туризма парка это: проблемы с транспортом, отсутствие мобильного интернета и отсутствие хороших отелей, страх и скептицизм, опасение терроризма. На это указывает и Ш. М. Эшонов, который подчеркивает, что развитие туризма в Таджикистане имеет и свои конкурентные слабости, в том числе нехватку профессиональных кадров [4]. Но, с каждым годом, проблемы понемногу решаются, страна делает для этого все возможное.

Основными видами туризма, которые имеют большие перспективы для развития в Республике Таджикистан следует рассматривать в первую очередь:

- горно-спортивный туризм, альпинизм, экологический туризм;
- горнолыжный спорт, парапланеризм, рафтинг;
- санаторно-курортное лечение и отдых;
- историко-познавательный и этнографический туризм [1].

В последнее время постепенно формируется реалистичный подход к туризму и понимание его как сферы экономики, обладающей значительным потенциалом для социально-экономического развития регионов республики Таджикистан.

#### Список литературы

1. Сулхиян К. Туристский и рекреационный ресурс Таджикистана. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-i-rekreatsionnyy-potentsial-respubliki-tadzhikistan/viewer> (дата обращения 15.03.2022).
2. Таджикский национальный парк Памир. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://basic.organization.heritage-institute.ru/objects/tadzhikskij-nacjonalnyj-park-pamir/> (дата обращения 10.03.2022).
3. Источники Гармчашма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tourister.ru/world/asia/tajikistan/city/khorugh/spa/26705> (дата обращения: 15.03.2022).
4. Эшонов Ш. М. Общая характеристика рекреационных, природных, культурно-исторических и туристических объектов Республики Таджикистан // Молодой ученый. 2020. № 22 (312). С. 61–64. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/312/70866/> (дата обращения: 10.03.2022).

**М. Г. Завьялова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Е. П. Суходолова

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УЧРЕЖДЕНИЯХ КУЛЬТУРЫ**

Управление человеческими ресурсами признается одной из важнейших сфер жизни организации, которая может многократно повысить ее эффективность. Это нашло отражение и в Федеральном проекте «Творческие люди» Национального проекта «Культура», целями которого являются:

- «создание национальной системы профессионального роста работников учреждений культуры, основанной на принципе непрерывности образования, повышения квалификации и совершенствования профессионального мастерства» [2];

- «формировании новой генерации творческих, педагогических и управленческих кадров, обладающих новыми знаниями и профессиональными компетенциями, владеющих информационно-коммуникационными технологиями, решающих задачи сохранения конкурентоспособности отечественной культуры и искусства в мире» [2].

Сущность управления персоналом подразумевает под собой системное, пошаговое и планомерное воздействие руководства учреждения культуры, ее управленческих кадровых и кадровых служб на рабочий штат учреждения, систему организации его работы и функционирования в рамках рабочей среды, используя при этом определенные административные, социальные и экономические методы и меры. По мнению Анри Файоля, «управлять – это значит предвидеть, изучать будущее и устанавливать программу действий; организовывать – строить двойной организм предприятия: материальный и [4, с. 9].

Система управления персоналом в муниципальном учреждении культуры обусловлена его целями и задачами.

Цель управления персоналом муниципального учреждения культуры состоит в обеспечении функционирования учреждения, направленного на удовлетворение интересов персонала, как коллектива в целом, так и отдельно взятых работников [3, с. 19].

Задачами системы управления персоналом учреждения культуры являются:

- обеспечение учреждения требуемыми для полноценной работы и развития квалифицированными кадрами;

- использование потенциала работников с максимально возможной результативностью;

- повышение у сотрудников удовлетворенности трудом;

- создание и поддержание в организации рабочей атмосферы;

- постоянное развитие персонала через повышение квалификации работников;

- создание и функционирование системы карьерного продвижения кадров;

- создание необходимых условий для персонала организации [4, с. 117].

Управление персоналом в учреждениях культуры осуществляется по таким направлениям: подбор кадров; обучение кадров, расстановка кадров, оценка и аттестация работников, стимулирование и мотивация, повышение квалификация и профессиональная переподготовка. Определяя особенности управления персоналом в учреждениях культуры, подчеркнем, что коллектив любого учреждения культуры – это кадры, к которым нужен особый управленческий подход.

Управление персоналом в учреждениях социально-культурной сферы имеет свои особенности. Структура персонала учреждения культуры это: руководители разного уровня (художественный руководитель, руководитель клубного формирования), технический персонал (секретари, дворники и т. д.) [3].

К персоналу, работающему в организациях культуры, предъявляются как общие, так и специфические требования. К личным требованиям следует отнести:

- психосоматическое здоровье;

- физическое, психическое здоровье, стрессоустойчивость, внешняя привлекательность;

- профессионализм, опыт, организаторские способности, коммуникабельность;
- личностно-нравственные качества;
- добросовестность, ответственность, толерантность, порядочность, надежность, инициативность, креативность;
- артистизм [3].

К персоналу учреждений культуры предъявляются также и специфические требования: направленность на творческую деятельность, умение работать с различными возрастными группами, обладание грамотной речью, привлекательный внешний вид, знание основ педагогики и психологии. Для каждого работник в любой организации культуры разрабатываются должностные инструкции. В каждом учреждении культуры формируется своя корпоративная культура, включающая в себя: корпоративное поведение, традиции, нормы корпоративной этики и т.д.

В общем понимании корпоративная культура – это выработанное и воплощаемое в жизнь каждого работника качество позитивного корпоративного поведения и общения сотрудников организации культуры на основе разделяемых интересов, ценностей, норм и традиций под контролем органов управления. Корпоративная культура закрепляется в локальных нормативно-правовых актах и представляет собой:

- наличие и качество коллективного договора;
- содержание инструкций (Правила внутреннего трудового распорядка, Положение о клубных формированиях, Должностные инструкции и т. д.);
- выполнение сотрудниками своих прямых обязанностей;
- политика кадров;
- социально-психологический настрой работников и т. д.

К особенностям менеджмента в организациях социально-культурной сферы можно отнести:

- постоянное обновление сбережение и организацию потребления культурного продукта, тем самым обеспечивая удовлетворение социально-культурных потребностей населения;
- инновационный характер деятельности;
- неустойчивость финансирования;
- менеджеры вступают в повседневные отношения с общественностью, транслируют и воспроизводят культурные ценности и вовлекают население в культурную, творческую деятельность [3].

В виду того, что учреждения культуры зачастую не функционируют на коммерческой основе специфика их управления должна учитывать факторы.

1. Невыполнимость постоянного и неограниченного повышения заработной платы (тарифная сетка фиксирована).
2. Трудность в создании оптимальных условий работы (недостаточная информационная, материальная и техническая база).
3. Проблема привлечения молодых кадров в учреждения культуры (непопулярность профессии).

Установлено, что в иерархии стимулов для сотрудников довольно высоко стоит достижение безопасности – желание иметь стабильную работу, социальные гарантии, отсутствие риска, комфортное рабочее место. Такая безопасность гарантирует уверенность в завтрашнем дне для каждого сотрудника, что весьма важно в наше нестабильное время.

Наглядное подтверждение тому – осуществление трудовой деятельности в условиях пандемии коронавируса. Суть новых подходов к стимулированию состоит в отказе от традиционных систем оплаты труда, а также их замене на новую систему оплаты труда, состоящую из трех частей: оклада, компенсационных и стимулирующих выплат, которые зависят от индивидуальных результатов труда и эффективности работы персонала.

Выплаты стимулирующего характера осуществляются на основе результатов деятельности учреждения культуры в целом по итогам выполнения текущих планов; планов финансово-хозяйственной деятельности; выполнения муниципального задания.

Немаловажное значение для работников имеют интересная творческая работа, хорошие условия и возможность по результатам работы получать признание в коллективе. Учреждения

культуры в большинстве своем являются некоммерческими организациями, поэтому денежный ресурс не всегда позволяет должным образом простимулировать сотрудников. Кроме того, учреждения культуры ограничены финансовыми показателями муниципального задания и финансового плана. В настоящее время в целях объективной оценки труда работников в учреждениях культуры внедрен эффективный контракт, определяющий критерии, по которым может оцениваться его деятельность и выплачиваться стимулирующая надбавка.

Руководитель любого учреждения культуры стремится создать такую творческую атмосферу, чтобы каждый сотрудник смог раскрыть свои творческие способности, деловые качества, а главное профессионализм.

Все эти меры направлены на то, чтобы дать людям дополнительные возможности для творческой деятельности в учреждении культуры при одновременном повышении эффективности деятельности самой организации, а реализация Национального проекта «Культура», позволит значительно улучшить систему управления персоналом на всех уровнях.

#### Список литературы

1. Федеральный проект «Творческие люди». [Электронный ресурс]. URL <https://culture.gov.ru/about/national-project/creative-people/> (дата обращения 26.05.2022).
2. Концепция создания и функционирования центров непрерывного образования и повышения квалификации творческих и управленческих кадров в сфере культуры (в редакции приказа Минкультуры России от 31.12.2020 № 1788). [Электронный ресурс]. URL: <https://culture.gov.ru/documents/ob-utverzhdenii-kontseptsii-sozdaniya-i-funktsionirovaniya-tsentrov-nepreryvnogo-obrazovaniya-i-povy/> (дата обращения 27.05.2022).
3. Василькова М. В., Скрынникова И. А. Особенности управления персоналом в организациях культуры // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 24. С. 37–39. [Электронный ресурс]. URL: <http://e-koncept.ru/2017/770454.htm>. (дата обращения 27.05.2022).
4. Горелов Н. А. Управление человеческими ресурсами: современный подход: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Мельников. М.: Юрайт, 2019. 270 с.
5. Дейнека А. В. Управление персоналом. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. 292 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://avidreaders.ru/book/upravlenie-personalom12.html>] (дата обращения 27.05.2022).

**С. С. Инякова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## ОЦЕНКА ЛЕЧЕБНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТА БЕЛОКУРИХА

Путешествия с лечебными целями имеют давнюю историю. Еще древние греки и римляне использовали целебные источники и места с благоприятным климатом для того, чтобы поправить свое здоровье. На курорты прибывали не только больные, но и здоровые люди, желавшие отдохнуть и располагавшие для этого достаточными средствами. В Греции славились Эпидавр и Кос, а в Риме знаменит был светский приморский курорт Байи.

Менялись времена, но мотивация путешествий оставалась прежней. Целебные свойства природных факторов, как и раньше, привлекают больных в курортные местности.

Белокуриха – низкогорный бальнеоклиматический курорт федерального значения, наиболее развитыми туристскими сферами здесь являются санаторно-курортное лечение, горнолыжный спорт, активный отдых и познавательный туризм. Он расположился у подножия Алтайских гор рядом с уникальными целебными источниками в отрогах Чергинского и Ануйского хребтов, оправданно считаясь жемчужиной Сибири.

Еще в XVIII веке Петр I, вернувшись после лечения на зарубежных курортах, приказал придворным медикам «искать в нашем государстве ключевых вод, которыми можно пользоваться от различных болезней».

На территории курорта Белокуриха находятся минеральные воды и лечебные грязи, которые широко применимы в лечебно-оздоровительных целях. Методика качественной оценки лечебных рекреационных ресурсов включает в себя оценку минеральных вод и лечебных грязей курорта. Критериями оценивания являются состав, минерализация, температура воды, действие и назначение. Каждый критерий оценивается от 1 до 3 баллов, где 1 - неблагоприятно, 2 - относительно благоприятно, 3 – благоприятно. Аналогично оцениваются грязи по близости местоположения, показаниям и составу. Проведем бальную оценку лечебных рекреационных ресурсов курорта Белокуриха (табл.).

Таблица – Оценка лечебных рекреационных ресурсов Белокуриха\*

| Параметры             | Критерии оценки                                    | Характеристика  | Баллы |
|-----------------------|--|---|-------|
| Состав                | По преобладающему аниону                           | Гидрокарбонат, сульфат, натрий  | 3     |
|                       | По преобладающему катиону                          | Хлор, кальций, магний   | 3     |
|                       | По содержанию газов                                | Газовый состав воды источников в основном представлен азотом 98% и редкими газами (2%): радоном, аргоном, ксеноном, криптоном, гелием и неонам. | 3     |
|                       | По содержанию биологически-активных микроэлементов | Литий, стронций, титан, свинец и др.; и биологически активные вещества: соли кремниевой кислоты (0,06 г/л).                                     | 3     |
| Минерализация         | Степень минерализации                              | 0,3 г/л (малая минерализация)   | 1     |
| Температура воды      | Температура  | +42 С (горячие источники)   | 3     |
| Действие и назначение | По назначению                                      | Бальнеологическая и питьевая  | 3     |

|                |                            |   |   |
|----------------|----------------------------|---|---|
|                | По действию                | Лечение сердечно сосудистых патологий<br>Лечение опорно-двигательного аппарата<br>Лечение нервной системы<br>Лечение репродуктивной системы<br>Лечение эндокринной системы<br>Лечение психич. Заболеваний   | 3 |
| Лечебные грязи | По близости местоположения | Привозная (Мамонтовское месторождение, Алтайский край)  | 2 |
|                | Показания                  | Лечение пищеварительной системы (желудок, печень)   | 1 |
|                | Состав                     | Нерастворимые (кремнезем, глинозем, окиси железа, калия, магния, кальция), растворимые (соли натрия, кальция, калия, магния) и органические вещества (углеводы, жиры, остатки разложившихся животных и растительных организмов). В состав лечебных грязей входят различные газы (сероводород, метан, аммиак) и органические вещества, многие из которых обладают важными антимикробными свойствами. | 3 |
| Итого:         | 2,5– благоприятно          |   |   |

\*составлена автором по [1, 2, 3].

Такая высокая оценка минеральных вод Белокурихи, обусловлена широким спектром лечения, содержанием радона, что встречается не так часто, а также высоким содержанием биологически-активных элементов.

Настоящее чудо природы - минеральная азотно-кремнистая вода из термальных источников Белокурихи.

Она обладает уникальной особенностью – воздействовать на обмен всех веществ в организме: углеводов, белков, витаминов, микроэлементов и гормонов. Благодаря чему организм восстанавливается на клеточном уровне.

По мнению ученых, главное преимущество лечения радоносодержащей водой, заключается в том, что лечебный эффект наступает при очень малых поглощенных дозах радиации, полностью исключая отрицательное влияние их на организм человека. Естественный температурный режим источника составляет +28°C, уровень радиоактивности около 18-20 Махе. Это обуславливает присутствие в минеральном составе воды массива радия из гранита, рубидия, калия, распад которых приводит к высвобождению тепла и радиоактивных веществ, коим и является радон. Находится «Змеиный колодец» на 15 километров севернее радонолечебницы № 1 санатория «Родник Запсиба».

«Змеиный колодец» - источник-символ всего курорта. Выглядит как часовенка, оборудован там, где некогда стояли первые ванны Белокурихи, с тех пор прошло более 1,5 веков. Название связывают с обилием пресмыкающихся вблизи незамерзающих радоновых вод, а в теплых колодцах собирались целые змеиные клубки.

Радоновые воды в Белокурихе – азотно-кремнистые. В них присутствует газ азот (оксид азота) – биологический активатор. Клинически это выражается в повышении иммунитета, в снижении боли, спокойствии; а кремниевая кислота, как известно, оказывает положительное воздействие на заболевания воспалительного характера.

Изучение действия радоновых вод на организм человека выявило ряд любопытных закономерностей. В настоящее время не вызывает сомнения противовоспалительное, обезболивающее, противоаллергическое действие радоновых вод, их благотворное влияние на состояние сердечно-сосудистой, нервной и эндокринной систем, иммунных свойств, обмена веществ. По мнению ученых, радоновые воды обладают уникальной способностью нормализации состава крови, снижают содержание холестерина. Представляет особый интерес фактор предупреждения старения.

Преимущество лечебных грязей курорта Белокуриха заключается в насыщенном составе, в который в том числе входят различные газы, органические вещества, обладающие антибактериальными свойствами.

Бактерицидные и адсорбционные свойства иловой сульфидной грязи широко применяют для лечения гинекологических заболеваний, заболеваний кожи, опорно-двигательного аппарата, органов пищеварения. Также грязелечение эффективно при лечении воспалительных заболеваний суставов и позвоночника.

Курорт Белокуриха наиболее развит в сфере климатотерапии, а также лечения различных видов заболеваний, посредством воздействия на организм минеральными водами и лечебными грязями.

#### Список литературы

1. *Васильевский М. М., Богоявленский Л. Н., Кобзева А. С.* Белокурихинские горячие источники на Алтае. Л.: Изд. Геологич. Комитета, 1926. 54 с.
2. *Шапошников А. И.* Белокурихинские целебные источники. Барнаул: тип. «Алтайское Печатное Дело», 1916. 83 с.
3. *Остапов А. Д.* Белокуриха: Тайны живой воды. Барнаул, 2001. 120 с.
4. *Остапов А. Д.* Курорт Белокуриха: История. Лечебные факторы. Поиски и открытия. Барнаул: Алт. полигр. комбинат, 2003. 159 с.

**С. С. Инякова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: А. А. Коржанова

## **СПЕЦИФИКА АРХИТЕКТУРНО-ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ЭКСКУРСИЙ**

Произведения архитектуры – наиболее значительная группа объектов, на которых строятся экскурсии различных типов – исторические, литературные и собственно архитектурно-градостроительные.

Ленинградское городское экскурсионное бюро в 1940-х гг. разработало первую автобусную архитектурно-градостроительную экскурсию на тему «Архитектура Петербурга XVIII – начала XIX века». Потом появились экскурсии «Современная архитектура Ленинграда» и «Монументальная скульптура Ленинграда». Следом были задуманы и разработаны темы «Первые архитекторы Петербурга», «Архитектор Ф. Растрелли в Петербурге и Царском Селе» и «Русский зодчий Карл Росси». Учитывая желание ленинградцев, были разработаны темы «Дворцово-парковое ожерелье Санкт-Петербурга» и «Старинные усадьбы Ленинградской области».

Подготовка архитектурно-градостроительной экскурсии проходит все обычные этапы. Все начинается со сбора материала. При подготовке некоторых историко-архитектурных тем (например, по архитектуре 2-й половины XIX в., 1-й половины XX в.) опубликованных источников оказывается недостаточно. Необходимо пользоваться архивами, в частности, для сбора сведений об архитекторах и заказчиках зданий, данные о реконструкции и перестройках. Сведения о жизни архитекторов может дать изучение официальной и частной переписки, церковных и кладбищенских книг, формулярных списков. Изучение периодической печати помогает найти сведения о заказчиках, подрядчиках. В музеях можно найти чертежи зданий, рисунки, письма. Старые и современные планы хорошо использовать в сравнении друг с другом. Богатый материал может дать изучение рисунков, гравюр, живописных полотен с изображением архитектурных памятников (например, гравюры Зубова, Шхонбека дают представление об архитектурном облике петровского Петербурга, более 100 видов Петербурга конца XVIII в. создал Патерсен, образ города XIX в. запечатлен на полотнах Алексеева, Чернецова, Садовникова, Гагарина). Полезно изучение старых открыток и фотографий.

Основными объектами являются памятники архитектуры, садово-паркового и монументально-изобразительного искусства, архитектуры малых форм, а также исторические памятники, связанные с деятельностью градостроительных организаций, и творчеством архитекторов.

Отбор объектов осуществляется в соответствии с целью и задачами экскурсии: если надо показать архитектурный стиль, то выбираются характерные его образцы; если надо показать творчество архитектора — наиболее удачные его творения, а также памятники, показывающие эволюцию творческого пути мастера, места, связанные с его жизнью. Для экскурсий по отдельным вопросам истории архитектуры объекты подбираются по принципу однотипности, однородности функций. Например, если проводится экскурсия «Дворцы Санкт-Петербурга», то показываются дворцы.

В «портфеле экскурсовода» для архитектурно-градостроительной экскурсии могут быть старые фотографии зданий, планы, вертикальные разрезы здания, чертеж-перспектива, проект с детальными прорисовками отдельных узлов здания другие иллюстрации.

Архитектурно-градостроительные экскурсии бывают: архитектурно-обзорные; с показом архитектурных памятников определенного исторического периода; посвященные творчеству к либо архитектора; иллюстрирующие архитектурные стили; знакомящие с планировкой и застройкой городов по генеральным планам. Каждая из таких типовых экскурсий имеет свои особенности.

Архитектурный анализ основывается на специфике архитектуры как своеобразного вида человеческой деятельности – сочетания технических, функциональных и художественно-эстетических достижений общества, т. е. пользы, прочности и красоты. Начинать анализ следует только после предварительного осмотра объекта и сложившегося первого впечатления об объекте у



экскурсантов. Далее анализ идет по схеме: вычленение объекта из окружающей среды (его локализация), установление связей объекта с содержанием экскурсии, обобщения и выводы. Экскурсовод характеризует градостроительную и природную среду памятника, стилевые особенности (объемно-пространственная композиция, масштаб, декоративное убранство фасадов, особенности решения интерьеров), историю сооружения, реставрационные работы, современное использование.

Архитектурный памятник может входить в качестве объекта в одну или несколько экскурсий. Например, показ Зимнего дворца входит в экскурсии «Архитектура Санкт-Петербурга XVIII – XIX вв.», «Особенности русского барокко», «Творчество Ф. Б. Растрелли», «Архитектурный ансамбль Дворцовой площади» и др. В каждом случае показ дворца и рассказ о нем будет иметь свои особенности.

Иногда во время архитектурно-градостроительных экскурсий тот или иной памятник закрыт строительными лесами, на нем ведутся работы – реставрация, консервация, обновление, перестройка.

Показ таких работ позволяет действительно применять прием сравнения и использовать материал портфеля экскурсовода, в частности фотографии и чертежи. Показывая памятники архитектуры, нельзя не говорить об общеисторической ситуации в целом, так как каждый исторический период по-своему влияет на архитектуру, создавая специфический архитектурный стиль, со своими особенностями объемно-планировочных решений и декоративного оформления. Задача экскурсовода — показать связь между историей и архитектурой, исторически обосновать факт появления того или иного здания, его конструкции и архитектурных особенностей. Например, рассказывая об архитектуре петровского Петербурга (начало XVIII в.), следует отметить, что историческая обстановка того времени требовала решения самых разных задач: строительства крепостей, промышленных предприятий, административных, дворцовых, жилых и культовых сооружений. Многие типы построек были новыми для русской архитектурной практики, а традиционные типы, например, культовые сооружения, претерпели серьезные изменения. Экскурсовод должен объяснить, каким образом Санкт-Петербург строился так быстро (все государственные силы и средства были брошены на обустройство новой столицы, с 1706 г. строительством руководило государственное учреждение – Канцелярия городских дел, и застройка города стала делом государственной важности). В рассказе об архитектуре раннего Петербурга часто звучат фамилии иностранных архитекторов. Следует объяснить экскурсантам, что приглашение иностранных архитекторов было элементом государственной политики. Выявляя в городской планировке черты регулярности, необходимо сказать, что регулярность – это важная черта культуры того времени, она проявлялась и в других областях государственной деятельности.

#### Список литературы

1. Герд В. А. Экскурсионное дело. М.-Л., Госиздат, 1928, 200 с.
2. Гревс И. М. Монументальный город и историческая экскурсия (Основная идея образовательных путешествий по крупным центрам культуры). СПб., 1921. 132 с.
3. Использование памятников истории и культуры в экскурсиях / Сост. Ю. Н. Александров. М.: ЦРИБ Турист, 1976. 63 с.

**Е. А. Исаева**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолатор*

Научный руководитель: Т. В. Рейстерман

## **ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ГИМНАСТИКИ В ГОРОДЕ РАМЕНСКОЕ**

Художественная гимнастика считается молодым видом спорта, появилась она благодаря мэтрам Мариинского театра. В 1913 году при Санкт-Петербургском институте физической культуры им. П. Ф. Лесгафта была открыта Высшая школа художественного движения. Все педагоги данной школы до прихода в нее имели свой уникальный опыт преподавания эстетической гимнастики, ритмической гимнастики, танцевальной гимнастики или свободного танца. Объединение всех этих стилей в один дало мощный толчок для появления художественной гимнастики [1].

В 1941 году был проведен первый чемпионат Ленинграда по художественной гимнастике. Позже весь советский спорт и художественную гимнастику ждал застой в развитии из-за Великой Отечественной Войны. Но уже в 1945 году была создана первая секция художественной гимнастики, позже преобразованная в федерацию СССР. Дальнейшее развитие художественной гимнастики происходило с невероятной скоростью, охватывая все больше и больше участниц. В 1948 году прошел первый чемпионат СССР по художественной гимнастике. С 1949 года эти чемпионаты начинают проходить ежегодно.

«Художественная гимнастика – вид спорта, заключающийся в выполнении под музыку различных гимнастических и танцевальных упражнений и также с предметом (обруч, мяч, скакалка, лента, булавы), так и без него» [2].

В последнее время выступления без предмета на соревнованиях, как правило, не проводятся.

Наиболее типичными упражнениями художественной гимнастики являются упражнения с различными по фактуре предметами (скакалкой, обручем, мячом, булавами и лентой), в сочетании с движениями без предмета, акробатическими упражнениями, элементами танца и хореографии. Эти упражнения наиболее ярко отражают специфику художественной гимнастики и являются основным ее содержанием.

Важное требование в художественной гимнастике – создание при исполнении композиций эмоционально-двигательного образа на основе личного восприятия музыки, экспрессии и выразительности при исполнении сложных комбинаций [3].

В городе Раменское занятия по художественной гимнастике организованы во Дворце спорта «Борисоглебский», спортшколе «Пионер» и так же в некоторых других спортивных залах и школах.

Начинать ходить на художественную гимнастику нужно от 3 лет, а вот до скольких, это решается в зависимости от желания и возможности человека [4]. В целом все занятия проводятся по группам, и количество человек составляет 10-12. Все занятия во Дворце спорта Борисоглебский проводятся бесплатно. В спортшколе «Пионер» бесплатно художественной гимнастикой можно заниматься по будням, а по субботам – занятия платные.

Художественная гимнастика позволяет укреплять здоровье, поддерживать физическую форму, проводить время с пользой для своего организма, создавать себе отличное настроение, пребывать в кругу друзей, увлеченных данным видом спорта.

С целью изучения мнения жителей города Раменское нами проведен опрос 30 человек.

Большинство респондентов (66,6 %) считают, что занятия художественной гимнастикой нужны для современного населения. Остальные считают ее необязательной.

Часть жителей города Раменское, опрошенных нами (43,3 %) полагает, что занятия художественной гимнастикой должны проводиться в спортивных центрах, другая часть (30 %) считает, что такие занятия могут быть организованы в любых организациях, имеющих возможности для проведения спортивной деятельности такого рода. Оставшаяся часть опрошенных (26,6 %) выразили желание, чтобы занятия художественной гимнастикой были организованы при общеобразовательных школах, так как, по их мнению, это позволило бы большему количеству

учащихся выбрать данный вид спорта и не тратить время на дорогу в специальное спортивное учреждение.

При опросе более половины раменчан (53,3 %) отметили, что занятия по художественной гимнастике должны быть бесплатными для детей, то есть финансироваться за счет бюджета города. 30 % опрошенных считают целесообразным наличие, как бесплатных спортивных секций художественной гимнастики, так и дополнительных платных подобных занятий в различных спортивных учреждениях. Некоторые респонденты (16,7 %) считают, что любое дополнительное обучение, в том числе занятия художественной гимнастикой в настоящее время может существовать только за счет самих потребителей.

Нами также изучено мнение ребят и девушек, посещающих занятия художественной гимнастики в Муниципальном учреждении дополнительного образования «Детско-юношеская спортивная школа № 1» и Дворце спорта «Борисоглебский», находящихся в городе Раменское. Мы опросили 30 человек.

Детско-юношеская спортивная школа № 1 известна жителям города, как спорт-школа «Пионер», поскольку находится на стадионе с одноименным названием. Здесь раменские мальчишки и девчонки имеют возможность заниматься самыми различными видами спорта: от русской лапты и настольного тенниса до художественной гимнастики и водного поло. Одним из самых востребованных отделений этой школы, без всякого сомнения, является художественная гимнастика и футбол. Под руководством опытных тренеров юные гимнастки и гимнасты «Пионера» показывают отличные результаты на первенствах Московской области в различных возрастных категориях, становясь победителями и призерами этих соревнований.

Дворец спорта «Борисоглебский» – многофункциональный физкультурный комплекс в городе Раменское, Московской области. Открыт в феврале 2008 г. Основное направление деятельности – бадминтон. Кроме того, во дворце возможно проведение сборов и тренировок по различным видам спорта (в том числе и для людей с ограниченными физическими возможностями), таких как: баскетбол, волейбол, гандбол, мини-футбол, бокс, боевое самбо, восточные единоборства, борьба, художественная гимнастика, спортивные танцы, стрельба из лука, арчери-биатлон, стритбол, шахматы, шашки и другие.

Результаты опроса молодых людей, посещающих занятия художественной гимнастики, показали, что большинство из них (36,7 %) начали заниматься данным видом спорта, по примеру своих друзей и подруг. Другие (33,4 %) просто считают художественную гимнастику очень красивым видом спорта и поэтому предпочли именно его. Третьи (30 %) пришли в «художественную гимнастику» по совету своих родителей.

Каждый из пришедших заниматься художественной гимнастикой по-своему представлял себе процесс обучения. Большая часть из них (43,3 %) полностью довольна обучением. Однако (30%) не всегда довольны «подачей обучения», то есть методикой тренера. Еще (20 %) считают, что программа должна быть разнообразнее. 6,7 % отметили, что не каждый тренер, занимающийся с ними, имеет специальное образование именно в художественной гимнастике.

Большинству занимающихся художественной гимнастикой (47 %) потому что нравится все, что связано с художественной гимнастикой. Другие ребята (30 %) отметили, что занятия художественной гимнастикой привлекают мягкой, доброжелательной атмосферой, остальные ребята (23 %) указали на то, что им просто нравится сам вид спорта.

Большинство респондентов (63,3 %) считают, что все ожидания, связанные с художественной гимнастикой (как наиболее подходящим для них видом спорта) оправдываются. Остальные имели некоторые сомнения, однако не сожалели, что какое-то время занимались художественной гимнастикой и занимаются ею сейчас.

Почти половина, опрошенных нами, юных гимнастов и гимнасток (46,6 %) считают, что на данный момент в организацию занятий художественной гимнастикой нечего добавлять не нужно, по их мнению, «все и так хорошо». Почти столько же респондентов (43,3 %) отметили пользу художественной гимнастики для раменчан любого возраста и выразили пожелание увеличения количества спортивных клубов для занятий художественной гимнастикой в городе. Несколько опрошенных (6,7 %) указали на необходимость постоянного самосовершенствования и повышения

квалификации тренерского персонала. И еще наибольшая часть респондентов (3,3 %) сообщили о необходимости своевременного обновления и пополнения спортивного инвентаря для обучения.

В ходе исследования были проведены беседы с родителями дошкольников, посещающих художественную гимнастику. Установлено, что большинство родителей (53,3 %) считают достаточным установленное время занятия (2–4 часа). Другие считают, что это время можно немного увеличить. Более половины (63,3 %) родителей юных гимнастов посчитали, что занятия художественной гимнастикой должны проходить в будни дни.

В целом можно отметить, что в городе Раменское накоплен богатый опыт организации тренировок художественной гимнастикой для населения и подготовки начинающих спортсменов. Однако имеются некоторые замечания и пожелания со стороны занимающихся данным видом спорта и родителей юных гимнастов. Выявленные недочеты должны быть учтены для улучшения качества реализации занятий и спортивных мероприятий по художественной гимнастике.

#### Список литературы

1. *Винер-Усманова И. А.* Художественная гимнастика: история, состояние и перспективы развития: учеб. пособие / И. А. Винер-Усманова, Е. С. Крючек, Е. Н. Медведева, Р. Н. Терехина. М.: Человек, 2014. 200 с.

2. *Лебедева А. А.* Основы музыкально-ритмического воспитания в группах начальной подготовки по художественной гимнастике: методическая разработка [Электронный ресурс]: Образовательная социальная сеть. Воркуты, 2014. URL: <https://nsportal.ru/shkola/dopolnitelnoe-obrazovanie/library/2014/01/22/osnovy-muzykalno-ritmicheskogo-vozpitanija-v>

3. Художественная гимнастика [Электронный ресурс]: Спортивная энциклопедия sportwiki. URL: <http://ru.sport-wiki.org/vidy-sporta/hudozhestvennaya-gimnastika/>

4. Центр детского творчества «Пионер – ДК имени Воровского [Электронный ресурс]: Официальный сайт Муниципального учреждения культуры «Дворец культуры имени Воровского». URL: <http://dkvorovskogo.ru/%D0%BF%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%80>

**Е. В. Калашникова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Т. В. Рейстерман

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ ВОРОНЦОВСКОГО ПАРКА В СЕЛЕ БЫКОВО**

Воронцовский парк – представляет собой совокупность памятников исторического и культурного наследия Раменского городского округа в селе Быково. Территория парка захватывает около 30 гектар.

Воронцовский парк чаще называют Усадьбой Быково, иногда Марьино. Здесь наяву можно наблюдать образец русской архитектуры и Садово-Паркового искусства эпохи императора Николая I».

Ансамбль Воронцовского парка построен по проектам архитекторов Василия Баженова, Матвея Казакова и Бернара Симона, в разные годы принадлежал представителям влиятельных семей российского дворянства. Двухэтажный дворец из красного кирпича, несмотря на незначительные переделки, выполненные чуть позже швейцарским зодчим Бернардом Синомом, почти полностью хорошо сохранился до наших дней и производит яркое впечатление [1].

Сегодня перед входом в парк Воронцова, можно увидеть план усадьбы Быково, выполненный на основе чертежа 1983 года. На нем изображена территория парка и постройки, что там находится.

Пройдя далее, можно увидеть несколько тропинок. Раньше в парке тянулась аллея из черных роз, которые привозили из-за границы [3].

Первая тропинка ведет прямо к Усадьбе. Чаще всего здесь можно увидеть фотографов, художников, отдыхающих на прогулке людей.

Здание, которое является главным символом современной усадьбы, было построено архитектором из Швейцарии Бернаром де Синомом по заказу нового владельца усадьбы Ивана Илларионовича Воронцова-Дашкова [2].

В зимнее время жители села Быково приходят туда с детьми, для проведения досуга, берут с собой ледянки или же сани и катятся вниз по спуску от самого дворца до конца горки. Также многие катаются на лыжах по территории парка. Летом же, чаще всего, можно увидеть велосипедистов, людей со скандинавскими палками и тех, которые держат себя в форме и бегают по утрам.

Вторая тропинка ведет прямо к озеру. Там можно понаблюдать за утками, принести с собой лакомства и покормить их. Возле озера можно встретить местных жителей, гуляющих со своими питомцами.

Третья тропинка ведет к святому колодезю.

Если идти от усадьбы, спускаясь по горке, то можно по прямой дойти до Владимирской церкви. Этот храм является памятником русского классицизма и имеет форму неоготического стиля. Вероятно, проект церкви был разработан Баженовым, но построена церковь Матвеем Казаковым [4]. Очень часто там проводят венчания, фотосессии (с разрешения), а также с 2021 года проводится бесплатная экскурсия по самой церкви. На территории церкви расположено множество цветов, летом это придает церкви более «сказочный» вид.

Воронцовский парк одна из главных достопримечательностей села Быково. Однако любое великолепие, созданное однажды людьми и вписанное в природные красоты, требует постоянного ухода и совершенствования.

К сожалению, в настоящее время Воронцовский парк имеет ряд проблем.

Мусор, в том числе, стекло от разбитых бутылок, «мертвые» деревья и высохшие, упавшие ветки от них и др. Складывается впечатление, что про уборку здесь совсем позабыли.

«Бездомные жители», иногда ночующие в парке, часто оставляют после себя мусор, нередко устраивают драки и пугают детей своим поведением.

Исторические здания усадьбы и скульптуры требуют реставрации.

Жителям поселка Быково, хотелось бы, заходя в парк, видеть его ухоженность и красоту, также туда можно было бы добавить лавочек, фонарей, очистить озеро от мусора, добавить

развлечений для детей. Скульптуры, которые находятся на территории, очистить от мха и налета, покрасить ворота, добавить туда развлекательной программы, экскурсий.

Для установления объективности мнений об улучшении работы парка и его услуг был проведен опрос 30 жителей села Быково и прилегающих окрестностей. Среди них – 43,3 % представители мужского пола и 56,7 % представители женского пола. Большинство опрошенных (36,7 %) составила молодежь в возрасте 21-35 лет; население в возрасте от 36 до 50 лет – 30 %; юная молодежь (16–20 лет) – 20 % и лица от 51 года и старше – 13,3 %.

Исходя из анкетирования большая часть жителей (46,7 %) часто посещает парк.

Большинство предпочитает ходить в Воронцовский парк с семьей (50 %), примерно третья часть (36,7 %) предпочитает бывать в этом парке с друзьями, малая часть населения (13,3 %) выбирает прогулку в одиночку.

Посещение Воронцовского парка чаще всего происходит с целью прогулки (70 %), реже с целью фотосессии (16,7 %), и спортивными целями (13,3 %).

60 % жителей, проходящих анкетирование, решили, что нужно установить график работы парка (то есть возможного посещения), при этом начало открытия парка сделать в 6.00 утра и разрешить пребывание в нем до 22.00 ночи. Данные граждане считают, что график посещения позволит оградить парк от вреда, наносимого ему людьми, находящимися в опьянении в ночное время. В тоже время график посещения обяжет несовершеннолетних детей покинуть парк не позднее 22.00 часов. Однако 40 % населения не желают, чтобы парк был закрыт на ночное время.

46,7 % из всех посетивших Воронцовский парк и участвующих в нашем опросе нравится старинная архитектура, 43,3 % опрошенным нравится природа и 10 % респондентов указали свои варианты ответов. Среди них были названы: прогулки, свежий воздух, атмосфера уюта и спокойствия.

Население единогласно (100 %) проголосовало, что не хватает дополнительных услуг в парке, таких как, питание, развлечения, экскурсионные программы.

По благоустройству парка мнения жителей оказались следующими: 40 % опрошенных проголосовали за то, чтобы убрать мертвые деревья, 30 % – сочли необходимым очистить парк от мусора, 30 % – пожелали отреставрировать здания и привести в порядок заросшие части парка.

76,7 % жителей села Быково и прилегающих окрестностей согласны с тем, что парк требует усовершенствования, 23,3 % – считают, что улучшение не нужно, их все устраивает в нем.

Большинство жителей (63,3 %) готовы помочь, оказать посильную помощь и навести порядок в парке.

Итак, наши исследования позволили установить, что Воронцовский парк села Быково имеет ряд проблем. Однако их можно и нужно решать. В первую очередь следует организовать деятельность добровольцев, которые хотят помочь усовершенствовать парк. Команда волонтеров может быть привлечена к очистке парка от сухих веток и другого мусора. Возможно, среди добровольцев окажутся те, кто смогут принять участие в реставрации скульптур и усадьбы. Вместе с тем для этих целей понадобятся средства, и следующим шагом необходимо привлекать спонсоров, которыми могли бы стать наиболее прибыльные предприятия Раменского городского округа. Спонсорство позволит предприятиям укрепить имидж.

Названия предприятий-участников в спонсорстве и имена участников волонтерской деятельности могут быть зафиксированы на специально установленном стенде в центре парка.

Для дальнейшего развития Воронцовского парка необходимо развивать культурные мероприятия парка. С этой целью следует организовать ежеквартальный форум для предпринимателей Раменского городского округа и других заинтересованных лиц о перспективах развития услуг, и возможности создания бизнеса в данном направлении.

Совершенствование услуг Воронцовского парка будет способствовать увеличению посещаемости и укреплению гордости культурными наследиями села Быково.

#### Список литературы

1. *Разумов В.* Усадьба Быково. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.interesmir.ru/usadba-byikovo/>
2. *Рогачев Д.* «Красота и заброшенность в усадьбе Воронцово-Дашкова». [Электронный ресурс]. URL: <https://dmrog.livejournal.com/574867.html>

3. Усадьба Воронцова-Дашкова (Быково) // Сайт Путь-дорога: туризм в Московской области [Электронный ресурс]. URL: <https://travel.riamo.ru/napravleniya/ryazanskoe/usadba-bykovo>
4. *Чингаев Я.* Летний путеводитель ИА REGNUM: усадьба Быково под Москвой // сайт информационного агентства REGNUM [Электронный ресурс]. URL: <https://regnum.ru/news/3290511.html>

**А. А. Каспарьянц**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ФОЛЬКЛОРНО-ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Краснодарский край является комплексным центром отдыха и туризма, который располагает сеть разнообразных предприятий, специализирующихся на санаторно-курортном лечении, организации оздоровительного, морского, горно-спортивного и культурно-познавательного отдыха. Одним из самых востребованных видов туризма является фольклорно-этнографический туризм.

По наличию объектов историко-культурного наследия Краснодарский край занимает одно из ведущих мест не только в России, но и в мире. Однако на современном этапе развития туристской индустрии этот историко-культурный потенциал региона используется в недостаточной мере.

Фольклорно-этнографический туризм представляет собой в настоящее время совершенно новую сферу культурного отдыха и духовного образования, то есть основная задача фольклорно-этнографического туризма состоит в том, чтобы повысить культурный уровень людей во время путешествия, познакомить с материальными и нематериальными предметами культуры и быта характеризующие черты этноса.

Значительная часть объектов историко-культурного наследия не только не включена в экономический оборот, но и не рассматривается с точки зрения возможности формирования новых туристских продуктов.

Фольклорно-этнографический туризм подразумевает проживание туристов в традиционном жилище в условиях приближенных к быту народов юга России, включая мебель, кухонную утварь и национальную одежду. Питание отдыхающих осуществляется преимущественно продуктами, свойственными данному этносу. Каждый желающий может принять участие в традиционных праздниках и обрядах, попробовать блюда национальной кухни и приобрести в качестве сувениров предметы традиционного быта [1].

С целью активизации использования рекреационного потенциала региона Кубань для развития туризма актуальным является разработка тематических туров [2]. Нами был разработан фольклорно-этнографический тур, замысел которого – познакомить туристов с культурой, историей и бытом казаков Краснодарского края, повысить культурный уровень людей во время путешествия, удовлетворить их потребности в познании, в постижении нового.

Название тура – «Кубань Казачья», слоган тура – «Кто пули боится, тот в казаки не годится».

К основным объектам показа относятся: этнографический комплекс Атамань – Дом-музей М. Ю. Лермонтова в Тамани – Центр этнологии Chateau Tamagne – Грязевой вулкан Тиздар – Церковь Покрова Пресвятой Богородицы в Тамани – Черкесский аул – село Кабардинка. Транспорт – автобусный тур, размещение – в гостинице. Тип маршрута – радиальный.

Вербальная модель тура.

Название тура: «Кубань Казачья».

Тип туризма: въездной, внутренний.

Вид туризма по цели: фольклорно-этнографический.

Маршрут следования: Тамань – Темрюк – Анапа – Геленджик.

Форма организации: групповой/15 человек.

Сезонность: круглогодичный.

Продолжительность: 7 дня.

Класс обслуживания: туристский.

Тип размещения: гостиницы.

Питание: НВ – полупансион.

Целевая аудитория: жители крупных городов, близлежащих районов и соседних стран.

Возраст участников: 16+.

Вид транспорта: автобусный.



Примерная стоимость тура на человека: от 30000 рублей.

Основными объектами программы тура выступают объекты материальной и духовной культуры кубанских казаков.

Казачья станица «Атамань» представляет собой этнический музей под открытым небом. Все здания здесь выполнены и построены в натуральную величину. Комплекс был открыт в 2009 г. на берегу Таманского залива, именно на том месте, где по приказу императрицы Екатерины высадились самые первые запорожские казаки. В Атамани – все, как в самой обычной казачьей станице, только время здесь остановилось в XIX–XX веке. Вдоль улочек стоят хаты и подворья, казаки и казачки в национальных одеждах приглашают зайти в гости и поближе познакомиться с культурой кубанских казаков.

Таманский музейный комплекс включает себя: Дом-музей М. Ю. Лермонтова в Тамани, Археологический музей и Музей под открытым небом «Городище древних поселений Гермонасса – Тмутаракань». 25 октября 1976 года Дом-музей М. Ю. Лермонтова открыл свои двери для первых посетителей, хотя мысль воссоздать подворье казака Федора Мысника, где останавливался поэт в 1837 году, возникла еще в 60-е годы XX века. На подворье под камышовыми крышами в беленых саманных хатах представлен быт казаков середины XIX в. В одной из комнат воссоздана обстановка, которую видел поэт и которая была описана им в повести «Тамань».

Таманский полуостров – регион с давними винодельческими традициями: виноград на этих солнечных берегах культивируют более 5000 лет. Узнать все об искусстве создания благородного напитка и истории его производства можно в центре этнологии Chateau Tamagne, который открылся в одноименной станице в сентябре 2020 г. на базе завода первичного виноделия.

В 100 метрах от кромки Азовского моря, рядом с поселком За Родину Темрюкского района, в урочище Синяя балка находится сопка Азовская. Этот грязевой вулкан тоже называется Синяя Балка. Но у него есть и еще одно более известное среди название – Тиздар, по имени горы, которая расположена приблизительно в километре от Азовской сопки. Гора Тиздар, высотой 74 м над уровнем моря, служит началом Голубицкой гряды.

Храм Покрова Пресвятой Богородицы в Тамани основан в 1793 году первыми пришедшими на Тамань казаками. Форма церкви отождествляет собой корабль плывущий к Царству Небесному. Храм обнесен с трех сторон колоннами и увенчан башенкой в виде фонаря. Службы в Свято-Покровском храме проходили и в годы советской власти. Во время оккупации церковь так же была открыта, в Храм по-прежнему приходили люди, неся Господу все свои горести и радости. После войны Храм продолжал действовать, хотя и уменьшилось число прихожан. С начала 1990-х годов число прихожан Свято-Покровского храма неуклонно растет. Здание отреставрировали. В июне 2001 года на колокольне были установлены новые колокола, отлитые в Воронеже. В 2013 году Храму Покрова Пресвятой Богородицы в Тамани исполнится 220 лет. Храм в разное время посещали: А. В. Суворов, А. С. Пушкин, М. Ю. Лермонтов, особым вниманием почтил Свято-Покровский храм Святитель Игнатий (Брянчанинов). Осенью 2011 года на колокольню храма был воздвигнут колокол весом 350кг, это событие состоялось благодаря усердию и помощи казаков Кубанского казачьего войска.

Черкесский аул – это среди царственной природы, уникальное место, лугов и горных рек, овеянный легендами, располагается старейший черкесский замок, имеющий высокие деревянные ворота. С его белых каменных стен, княжеская семья, рассказывает о старинных кавказских обычаях и приглашает подняться на трибуны для участия в обряде сватовства. Борясь за руку и сердце красавицы Асият, конные наездники демонстрируют свое мастерство.

Город кубанских мастеров – начало покорения Кавказа. В его северо-западной части распространяются новые традиции, представляющие собой помесь культуры черноморских казаков и быта местных племен. Сформировалась этническая среда казачества Кубани, которая сегодня демонстрируется в специальных этнических парках и музеях. Один из них появился между Геленджиком и Новороссийском – в поселении Кабардинка.

Таким образом, Краснодарский край обладает значительными рекреационными ресурсами для развития фольклорно-этнографического туризма и является один из наиболее привлекательных в туристском плане регионов России.

Объекты, описание которых приводится выше, будут включены в качестве основных в тур, поскольку имеют высокую аттрактивность в сравнении с остальными объектами Краснодарского края. Степень концентрации объектов культурного – исторического наследия на территории Краснодарского края – средняя.

#### Список литературы

1. *Ульянова М.* Организация досуговой деятельности // Мониторинг общественного мнения. М.: 2014. 300 с.
2. *Веткин В. А.* Технология создания туристского продукта: Учеб. пособие. М.: Гросс Медиа, 2016. 200 с.

**У. П. Коняхина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*  
 Научный руководитель: Н. С. Амамбаева

## ОТ ЯЗЫЧЕСКИХ КАПИЩ ДО САДОВЫХ ЗАТЕЙ XXI ВЕКА

Во все времена люди уделяли большое внимание гуляниям, праздникам, значимым датам. Места проведения таких событий всегда почитались и пользовались большой популярностью. Вскоре такие места массовых встреч приобрели роль социально-культурных учреждений. Особой популярностью славились парки и парковые зоны. Однако до того, как праздник пришел в парк, он совершил путь от древних языческих обрядов в священных рощах, которые затем переместились на городские ярмарочные площади, сады, парки культуры и развлекательные парки.

Во времена язычества объектами поклонения и ритуальных игр нередко становились рощи или отдельные деревья, особо почитаемыми являлись дуб и, конечно, береза. Языческие празднества проходили на берегах рек или озер. В дни летнего солнцестояния там проводился крупный праздник – Иван Купала, сопровождающийся массовыми ночными купаниями, обрядовыми молениями в воде, плясками под бубны, сопели, гусли и др.

Древние славяне поклонялись в том числе выдающимся ландшафтным объектам. Например, своеобразному ритуальному «парку» Александровой горе, посвященной древнеславянскому богу солнца Яриле. Ранней весной поселяне собирались здесь на праздник, жгли соломенное чучело, украшенное лентами, а затем пекли блины, олицетворявшие солнце.

После принятия христианства на Руси начался процесс формирования нового праздничного календаря, вытесняющего языческие праздники и традиции.

В основе развлекательной культуры той эпохи лежали цикличность и ритуальность, поэтому традиции не менялись на протяжении многих веков.

«Домострой» – свод законов, регулирующий моральный облик и образ жизни людей средневековой Руси. В соответствии с ним праздные развлечения, не согласованные церковным каноном, осуждались и подвергались гонениям. Церковное пение было одним из немногих разрешенных развлечений, любая другая музыка преследовалась, а народные песни считались бесовскими. Несмотря на это в народе появлялись скоморохи, они пользовались национальными инструментами: гусями, дудками, домры, волынками, медными барабанами. Местами их представлений были рынки и улицы, от чего само слово «улица» ассоциировалось с веселым игрищем, в котором участвовали зрители.

Правительство боролось со скоморошеством по требованию церкви, но само это движение оказало существенное влияние на музыку, танцы, истоки некоторых жанров литературы и другие виды искусства.

Во времена правления царя Алексея Михайловича традиционным народным развлечением в праздничные дни являлись кулачные и палочные бои. Русские танцы были более спокойными и плавными, в отличие от западноевропейских: каждый русский танцует за себя, танцы состоят в движении ногами, бедрами, плечами и руками, в которых держали и размахивали пестро вышитыми платками. Любимым развлечением были качели и доски, где женщины-крестьянки качались на улицах, а принадлежавшие к зажиточным и семействам – у себя во дворах и садах. На бревно клали доску, а затем становились по ее краям и, подпрыгивая, подкачивали одна другую. Зимним увеселением народа было катание на салазках и на коньках по льду.

Садовые развлечения постепенно входили в высшее общество, однако хозяйственная функция садов и огородов все еще доминировала над развлекательной вплоть до конца XVII в.

В допетровский период праздничная культура и быт были подчинены церковному порядку. Однако именно в этот период развития нашей страны были заложены новые традиции русских празднеств, нашедшие свои отголоски как в императорской, так и в советской России.

Окончательно процесс перехода от средневековой культуры к культуре Нового времени, характеризующийся светскостью, открытостью и рационализмом, завершили реформы Петра I. Это нашло отражение в строительстве парков для царской фамилии и дворянской элиты, выполнявших

теперь не хозяйственные, а эстетические функции, а также ставших местом проведения различных торжеств и развлечений.

В XVIII «играющем» веке официальные торжества включали публичные празднества на улицах и народные гулянья с присущими традиционными увеселениями. Сторона общественной жизни воспринималась через призму игры. Развитие получило искусство фейерверков, которым сопровождалась праздники.

В первые годы царствования Екатерины II в Петербурге устраивались карусели или турниры, где участники облачались в костюмы разных народов, представляющих собой четыре группы всадников, называемые кадрилими: Славянская, Индийская, Римская и Турецкая.

Восемнадцатый век внес новшества и в традиционную народную культуру. Ярмарки, периодически устраиваемые на городских площадях, в основном были приурочены к определенным календарным или церковным праздникам. Во время ярмарок возводились трактиры, кабаки, качели, карусели, цирковые и театральные балаганы, превращающих ее в настоящие праздники с народными гуляньями.

В конце XVIII в. местами для народных гуляний становятся городские сады и парки, создающиеся специально для организации массовых развлечений. Некоторые публичные гулянья устраивались в аристократических усадьбах. Особую популярность приобретают «вокзалы» (от Лондонского местечка Vauxhall, где был разбит увеселительный сад для вечерних гуляний, в котором давались концерты, театральные представления и другие развлечения).

В садах Петербурга играли бальный и роговой оркестры, на открытой сцене шел разнообразный дивертисмент с цирковыми номерами, ставились оперетты.

В XVIII в. местами общественного отдыха в Москве становятся Сокольники, Марьино роща, Новинский бульвар, Девичье поле.

В XIX в. в связи с созданием специализированных развлекательных парков городские народные гулянья постепенно теряют свой размах. Этому активно способствовали городские власти.

После Октябрьской революции 1917 г. парки становятся частью государственной системы учреждений культуры. Главной идеей деятельности парков культуры и отдыха являлось сочетание функций отдыха, оздоровления, культурного и идеологического воспитания. По сути они стали первыми тематическими парками.

По первоначальному замыслу парки культуры и отдыха создавались для людей рабочих профессий. Основными направлениями их деятельности были: оздоровительная работа; организация мероприятий по поднятию культурно-политического и производственно-технического уровня; участие парков культуры и отдыха в проведении народно-хозяйственных и политических кампаний; организация художественной работы, с показом лучших образцов профессионального театра, музыкального искусства; организация отдыха, физкультуры, спорта.

В предвоенные годы многие парки проводили дни музыки и песни. Развивались новые формы организации коллективного отдыха – лесные дачи, базы, дома и городки однодневного отдыха. Особую роль сыграли парки в развитии зимних видов спорта. В 1931 г. ЦПКиО стал первым парком в Москве, в котором работали зимние аттракционы, где можно было заниматься конькобежным, лыжным спортом. Здесь же открылась первая, доступная всем, школа танцев на льду.

Значительное место занимало проведение событийных торжеств в ознаменование политических кампаний; посвященных окончанию производственного года; успехам строительства новых заводов, дорог, каналов; успехам в искусстве, спорте. Популярными парковыми мероприятиями были зрелищно-игровые и рекреационно-оздоровительные программы.

Фестивальные театрализованные празднества в парках сопровождалась маршами-парадами, торжественным выносом знамен боевой и трудовой славы, представлениями и концертами, праздничными шествиями.

В 1970-е гг. сформировалась «окультуренная улица», находящаяся между организованным и «естественным» уличным пространством. Отличием парка от других учреждений культуры, является незаметный переход от уличного пространства к парковой среде.

В парках появились аттракционы, самым первым стала карусель «Воздушная». Серийный выпуск аттракционов положил начало новому качественному этапу в деятельности парков культуры и отдыха, сделал их предшественниками современных парков.

XXI век – век господства «массовой» культуры. Современные парки остаются местами проведения массового досуга. В отличие от советского времени современные парки участвуют в проведении массовых праздников скорее территориально, нежели идеологически. Несмотря на участие парков в проведении различных праздников, все же основная сфера деятельности большинства связана с эксплуатацией аттракционов и дополнительным сервисом на их территории.

Развлечения пришли в парк не сразу, до того, как праздник объединился с парком, он прошел путь от древних языческих обрядов на капищах, которые затем преобразовались в городские ярмарочные площади в качестве представлений скоморохов и балаганов, до созданных на рубеже XVIII–XIX вв. развлекательных парков аттракционов.

#### Список литературы

1. *Костомаров Н. И.* Исторические монографии и исследования. Домашняя жизнь и нравы великорусского народа в XVI и XVII столетиях (очерк) СПб., 1887. 314 с.
2. *Романов Р. Н., Старцев А. В., Тяпкина О. А.* Парк и праздник в России: от истоков до наших дней. Барнаул: Изд-во «Академия Развлечений», 2008. 184 с.

**О. А. Лобова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: А. А. Коржанова

## **ЗНАЧЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В УПРАВЛЕНИИ ХУДОЖЕСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКИМ ВОСПИТАНИЕМ СТУДЕНТОВ**

Художественное творчество связано с эстетическим освоением действительности и удовлетворением эстетических потребностей людей.

Его характерными особенностями являются:

- опора, в основном, на наглядно-образное мышление, хотя имеют значение и абстрактно-логическое, и наглядно-действенное мышление;
- эмоциональный компонент художественного творчества, высшим проявлением которого является переживание человеком катарсиса, то есть пикового переживания, воспринимаемого как очищение;
- продуктом художественного творчества является художественный образ, заключенный в каком-либо материальном объекте (театральной постановке, картине, скульптуре, литературном произведении и т.п.);
- рациональная сторона художественного творчества скрыта и часто не имеет утилитарного предназначения, не требует внедрения в практику как изобретение или новое научное открытие;
- художественное творчество создает возможность многозначного отражения разными людьми одного и того же произведения, что связано с субъективизмом восприятия, развитым вкусом и пр.

Следует отметить, что в сфере искусства выделяют особый вид творчества людей, воспринимающих произведения искусства, называемый сотворчеством. Это уровень восприятия, позволяющий зрителю или слушателю открыть и понять за событийной стороной произведения искусства его глубинное смысловое значение (контекст – текст – подтекст).

Творческие способности представляют собой сплав многих качеств, и вопрос о компонентах творческого потенциала человека остается до сих пор открытым, хотя в настоящий момент существует несколько гипотез, касающихся этой проблемы.

Многие психологи связывают способности к творческой деятельности, прежде всего, с особенностями мышления. В частности, известный американский психолог Дж. Гилфорд, занимающийся проблемами человеческого интеллекта, установил, что творческим личностям свойственно так называемое дивергентное мышление [1].

Люди, обладающие таким типом мышления, при решении какой-либо проблемы не концентрируют все свои усилия на нахождение единственно правильного решения, а начинают искать решения по всем возможным направлениям с тем, чтобы рассмотреть как можно больше вариантов.

Такие люди склонны образовывать новые комбинации из элементов, которые большинство людей знают и используют только определенным образом, или формировать связи между двумя элементами, не имеющими на первый взгляд ничего общего. Дивергентный способ мышления лежит в основе творческого мышления, которое характеризуется следующими особенностями.

**Быстрота** – способность высказывать максимальное количество идей (в данном случае важно не их качество, а их количество).

**Гибкость** – способность высказывать широкое многообразие идей).

**Оригинальность** – способность порождать новые нестандартные идеи (это может проявляться в ответах, решениях, несовпадающих с общепринятыми).

**Законченность** – способность совершенствовать свой «продукт» или придавать ему законченный вид [1].

Опираясь на биографии выдающихся ученых, изобретателей, художников и музыкантов, психологи выделяют следующие интеллектуально-творческие способности.

1. Способность видеть проблему там, где ее не видят другие.

2. Способность сворачивать мыслительные операции, заменяя несколько понятий одним и используя все более емкие в информационном отношении символы.
3. Способность применить навыки, приобретенные при решении одной задачи к решению другой.
4. Способность воспринимать действительность целиком, не дробя ее на части.
5. Способность легко ассоциировать отдаленные понятия.
6. Способность памяти выдавать нужную информацию в нужную минуту.
7. Гибкость мышления.
8. Способность выбирать одну из альтернатив решения проблемы до ее проверки.
9. Способность включать вновь воспринятые сведения в уже имеющиеся системы знаний.
10. Способность видеть вещи такими, какие они есть, выделить наблюдаемое из того, что привносится интерпретацией.
11. Легкость генерирования идей.
12. Творческое воображение.
13. Способность доработки деталей к совершенствованию первоначального замысла [1, с. 87].

В свою очередь Г. В. Бурменская выделила следующие универсальные креативные способности, сложившиеся в процессе человеческой истории [2]:

1. Реализм воображения – образное схватывание некоторой существенной, общей тенденции или закономерности развития целостного объекта до того, как человек имеет о ней четкое понятие и может вписать ее в систему строгих логических категорий.

2. Умение видеть целое раньше частей.

3. Надситуативно-преобразовательный характер творческих решений – способность при решении проблемы не просто выбирать из навязанных извне альтернатив, а самостоятельно создавать альтернативу.

4. Экспериментирование – способность сознательно и целенаправленно создавать условия, в которых предметы обнаруживают свою скрытую в обычных ситуациях сущность, а также способность проследить и проанализировать особенности «поведения» предметов в этих условиях.

Ученые и педагоги, занимающиеся разработкой программ и методик художественно-эстетического воспитания на базе ТРИЗ (теория решения изобретательных задач) и АРИЗ (алгоритм решения изобретательских задач) считают, что один из компонентов творческого потенциала человека составляют следующие способности [2].

1. Способность рисковать.

2. Дивергентное мышление.

3. Гибкость в мышлении и действиях.

4. Скорость мышления.

5. Способность высказывать оригинальные идеи и изобретать новые.

6. Богатое воображение.

7. Восприятие неоднозначности вещей и явлений.

8. Высокие эстетические ценности.

9. Развитая интуиция.

Анализируя представленные выше точки зрения по вопросу о составляющих творческих способностей, можно сделать вывод, что, несмотря на различие подходов к их определению, исследователи единодушно выделяют творческое воображение и качество творческого мышления как обязательные компоненты творческих способностей.

Как отмечает Л. Г. Карпова, творческие способности – это интегративное, динамическое образование, включающее когнитивный, эмоциональный и мотивационный компоненты, формирующиеся на основе творческих задатков и определяющие успешность осуществления любой деятельности, носящей творческий характер [3].

Таким образом, творческие способности – это способности, имеющие универсальный (общий) характер и обеспечивающие успешность художественно-эстетического воспитания, формирующие эмоционально ценностное отношение человека к окружающей действительности и

способствующие его самореализации. Творческие способности характеризуются изменчивостью, индивидуальной степенью выраженности, высокой степенью овладения человеком знаниями, умениями и навыками.

#### **Список литературы**

1. *Гилфорд Д.* Три стороны интеллекта: психология мышления. М., 2012.
2. *Гин С.* ТРИЗ – педагогика и формирование креативности // Школьные технологии. 2013. С. 66–72.
3. *Карпова Л. Г.* Развитие творческих способностей младших школьников во внеучебной деятельности. Омск, 2013.



**О. А. Лобова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*  
Научный руководитель: А. А. Коржанова

## **ФОРМИРОВАНИЕ ГУМАННОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ У УЧАЩИХСЯ КОЛЛЕДЖЕЙ И ВУЗОВ**

В настоящее время все возрастающее воздействие человеческого общества на окружающую среду, резкое ухудшение экологического состояния планеты подводит общество к выводу о необходимости готовить компетентных людей, ясно представляющих взаимосвязи в системе «человек – природа – общество», способных прогнозировать последствия своего влияния на природное окружение.

По мнению многих авторов, истоки сложившегося экологического кризиса находятся в самом человеке – в проблеме недостаточного развития его духовного мира. В связи с этим основная педагогическая задача состоит в оказании помощи молодому поколению, в частности, студентам колледжей и вузов в развитии их внутреннего мира, которое позволит им установить гуманные отношения к природному окружению [1; 2].

Решать поставленную задачу призвано экологическое образование, которое сегодня выступает в качестве приоритетного направления в современных учебных заведениях и системы образования в целом [3]. Гуманное отношение к природе – это цель и результат экологического образования, благодаря которому происходит формирование личностных структур молодого поколения: экологического сознания, экологических эмоций и чувств, волевых качеств, умений и навыков организации экологической деятельности.

Отношение к природе – это отражение личностью взаимосвязей своих потребностей с объектами и явлениями природного мира [4].

Гуманное отношение к природе – это такой способ организации взаимодействия человека с ней, который гармонично сочетает интересы природы и человека, основывается на понимании ее законов, проявляется в нравственно-экологическом ее восприятии и переживании, в соблюдении нравственных принципов природопользования, воплощается в его активной созидательной деятельности по ее сбережению, сохранению и восстановлению.

Формирование гуманного отношения к природе представляется как процесс обобщения совокупности практического и духовного опыта взаимодействия человека, природы и общества, способствующий дальнейшему устойчивому развитию цивилизации.

Вовлечение учащихся в практическую экологическую деятельность по сохранению и улучшению природной среды предусматривает проведение экологических сборов, создание экологических троп, организацию экспедиций и профильных экологических лагерей. Эта деятельность направлена на защиту природной среды от разрушения при осуществлении регулярных экологических акций и рейдов, пропаганду экологических знаний – во время выступления экологических агитбригад, проведение лекций, праздников, конференций, выпуск экологических листовок, газет.

С целью выявления уровня сформированности гуманного отношения учащихся в процессе их обучения и воспитания, были разработаны критерии гуманного отношения к природе.

Критериями оценки познавательного-аналитического отношения выступают: а) качество и полнота нравственно-экологических знаний и познавательных умений; б) осознанность и прочность нравственно-экологических знаний и познавательных умений; в) активность в познавательной нравственно-экологической деятельности.

Критериями оценки уровня развития эмоционально-ценностного отношения выступают: а) способность к восприятию природы как ценности; б) яркость и характер внешнего проявления чувств в ходе экологической деятельности; в) связь нравственно-эмоциональных переживаний с нравственно-экологическими знаниями и поступками.

Критериями оценки уровня развития деятельностно-практического отношения к природе являются: а) наличие нравственной мотивации экологической деятельности; б) владение основными

умениями и навыками организации экологической деятельности; в) проявление инициативы и творчества в практической экологической деятельности.

При проведении исследования по каждому критерию были определены уровни сформированности гуманного отношения к природе.

Критический уровень характеризует начальную стадию процесса формирования гуманного отношения к природе. При этом студенты обладают наличием фрагментарных экологических представлений и знаний, которые не реализуются в повседневной жизни, слабо ориентируются в экологических проблемах. У них не сформированы экологически значимые ценностные ориентации и наблюдается отсутствие эмоциональных реакций при контактах с природой. У учащихся отмечается безразличное отношение к состоянию окружающей среды.

Нормальный уровень – это уровень, при наличии которого диагностируются экологические знания и интерес к природе, но они не осознаны, наблюдается колебание и нерешительность в проявлении гуманных действий по отношению к природе, что характеризуется возникновением неточностей при демонстрации нравственно-экологических знаний и умений, отмечается не активное отношение к состоянию окружающей среды, характерна нерегулярность проявления эмоций и чувств в ходе экологической деятельности, отсутствие глубокой мотивации, эпизодическое проявление личной активности и заинтересованности в организации экологической деятельности.

Продуктивный уровень – это уровень, при наличии которого учащиеся демонстрируют системное, прочное знание экологических терминов и способность к их осознанию и смысловому раскрытию, любовь к природе и яркие проявления эмоционального переживания при ее восприятии. У них хорошо сформированы познавательные и практические экологические умения и навыки, наблюдается высокая личная степень самостоятельности, социально-экологической активности, инициативности и творчества.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что процесс формирования гуманного отношения к природе на современном этапе модернизации образования - актуальная задача воспитательного процесса, так как личность, обладающая гуманным отношением к природе, интегрирует в себе познавательный, эмоциональный и деятельностный потенциал, что является важнейшей предпосылкой для решения экологических проблем и позволяет гармонизировать взаимодействие в природном мире, а сформированный опыт гуманного отношения к природному миру передавать от поколения к поколению.

#### Список литературы

1. Дежникова Н. С. Воспитание экологической культуры у детей и подростков. М., 2001. 64 с.
2. Калмыкова А. А. Типология отношений и человека и природы // Вторая Российская конференция по экологической психологии: тезисы. М., 2010. С. 26–27.
3. Моисеев Н. Н. Экология и образование. М., 1996. С. 21–32.
4. Фролов И. Т. Философский словарь. М., 1981. 445 с.

**А. А. Мачульская**

*Государственный университет по землеустройству, г. Москва*

Научный руководитель: Е. Н. Левенцева

## **СЕРВИС И ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОГО КОМПЛЕКСА «НОВЫЙ ИЕРУСАЛИМ» В ИСТРЕ**

Существование домов-землянок известно еще с давних времен. В течении продолжительного времени происходила трансформация их внешнего вида и технология их создания. Неизменным оставался только принцип создания домов-землянок, который обуславливается во встраивание общего объема объекта в землю с сохранением одного или нескольких фасадов. Они идеально вписываются в ландшафт, «растворяя» свой объем в окружающей природе. Если же говорить о городском пространстве, то подобные объекты особенно актуальны для природно-парковых зон. Рассмотрим это на примере Музейно-выставочного комплекса «Новый Иерусалим». Расположение данного объекта на пустой природной территории ничем не было обременено, и смотрится вполне гармонично [1].

Музейно-выставочный комплекс «Новый Иерусалим» находится в непосредственной близости от Воскресенского Ново-Иерусалимского мужского монастыря, построенного 1656 году. Каждый год большое количество верующих и туристов не только российский, но и иностранных, посещают данный монастырь. Государственный историко-художественный музей, находящийся вблизи монастыря «Новый Иерусалим» (до 1991 года – Московский областной краеведческий музей), один из крупнейших музеев в Российской Федерации, привлекает внимание любителей искусства. В 2014 году музей переехал в новое здание, расположенное на участке площадью более 4 гектар и построенное в непосредственной близости от монастыря на противоположном берегу Истры. В музее существует как постоянная экспозиция, так и временные выставки. В состав комплекса входят кафе, конференц-залы, зоны для лекций, сувенирный магазин, концертный зал. Экспозиция комплекса настолько большая, что за один день познакомиться с ней достаточно сложно. Как правило, в музее проходит сразу несколько выставок. А учитывая, что гости обычно посещают также и монастырь, то актуальным становится вопрос о развитии гостиничного фонда Истры вблизи вышеописанных объектов.

Создание современных домов-землянок можно отнести к «зеленому» строительству. Сохранение экологии должно соблюдаться не только при возведении подобных объектов, но и при их дальнейшем обслуживании [2]. Новое здание музея справедливо можно отнести к подобным технологиям. Его крышу заменяет земляной настил, покрытый травой, что гармонично сказывается на сохранение окружающей природы. Общая композиция выставочного комплекса в общем вписывается в окружающую ее природу. Вместе с тем считаем, что главный фасад здания не сочетается с названием Ново-Иерусалим. Если бы фасад музея содержал цветовую гамму близстоящего монастыря или имел вид художественно переработанного фасада под внешний вид близстоящих архитектурных объектов, то общий архитектурный ансамбль этого района города смотрелся бы более гармонично. Несмотря на то, что фасадная часть музея сделана в современном стиле и имеет большую площадь остекления, что является большим преимуществом для выставочной экспозиции, она абсолютно не отображает то культурное наследие, которое характерно для этой территории. Если бы этот объект разместить в любом природно-парковом комплексе, он вписался бы также, как и в Истре. Это говорит о том, что современная архитектура в своем большинстве становится однотипной и не персонализированной, хотя она отображает современные мировые дизайнерские веяния. Считаем, что при проектировании подобных объектов необходимо применять стилистические художественные орнаменты и приемы для отождествления новых архитектурных объектов с тем местом, где они появляются. Таким образом будет происходить трансформация национального стиля с современными технологиями и разработками.

Анализируя инфраструктуру города Истры, можно с уверенностью сказать, что несмотря на то, что в городе есть несколько музеев, театр и множество объектов архитектурного наследия, необходимо увеличение количества гостиниц, кафе, ресторанов. Конечно все эти объекты должны

быть разными по строительному объему и принципу назначения. Это могут быть как отдельно стоящие здания, так и дома-землянки, но они должны составлять единый архитектурно-идейный ансамбль, отображающий культурную особенность данного региона. Все эти объекты должны разрабатываться с учетом национального колорита. Более того, учитывая габариты всего города, эти объекты могут находиться в пешей доступности. Разработанный пеший маршрут между объектами должен быть разработан и оформлен в единой художественной концепции, отображающей принципы декоративно-прикладного искусства в том числе малых архитектурных форм. Это могут быть скамейки, указатели, уличные фонари, беседки, фонтаны и многое другое.

Конечно появление новых архитектурных объектов может транслировать новые веяния современной мировой архитектуры, однако, если в непосредственной близости от этих объектов находятся исторические здания имеющие значения для сохранения культуры, то это абсолютно недопустимо. Эти новые объекты будут смотреться инородными, учитывая окружающую городскую среду любого города.

Таким образом, на примере оформления внешнего облика музейно-выставочного комплекса «Новый Иерусалим», можно сделать вывод, что подобным объектам необходима доработка по крайней мере фасадной части с учетом национально-культурных особенностей. Это обусловлено сохранением особенностей культуры любого российского региона.

#### Список литературы

1. *Ваняев А. В.* Применение экологических технологии при проектировании домов-землянок // Журнал Архитектон: известия вузов. Екатеринбург, 2022. № 1 (77). С. 1–7.
2. *Ваняев А. В.* Современные технологии создания дома-землянки // в сборнике: Новые информационные технологии в архитектуре и строительстве. материалы IV Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2021. С. 34.
3. *Шумилкина Т. В., Смирнова Д. С.* Реставрация Новоиерусалимского монастыря // в сборнике: Великие реки' 2016. труды научного конгресса 18-го международного научно-промышленного форума: в 3-х томах. Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет. 2016. С. 537–539.
4. *Зиливинская Э. Д.* Землянки и полуземлянки самосдельского городища (по материалам I раскопа) // Журнал Археология евразийских степей. М., 2021. № 3. С. 240–254.
5. *Саяпина А. А., Тележкин А. И.* Инновационные технологии в строительстве: зеленое строительство // Сборник докладов научно-технической конференции по итогам научно-исследовательских работ студентов института экономики, управления и информационных систем в строительстве и недвижимости. М., 2017. С. 409–412.

## **И. О. Мепаришвили**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Е. П. Суходолова

### **В. П. ЧКАЛОВ: НАЧАЛО ПУТИ В АВИАЦИЮ В ЕГОРЬЕВСКОЙ АВИАЦИОННОЙ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ АВИАШКОЛЕ**

Валерий Павлович, еще с начала Первой мировой войны, мечтал внести свой вклад в победу и сражаться с врагами в воздухе. Но во всей России в то время была всего одна авиационная школа в небольшом городке Егорьевске, под Москвой. Называлась она Теоретической школой авиации и попасть в нее Чкалов не мог из-за своего сельского образования. К слову, именно там начинали свой путь в авиацию многие великие советские пилоты. В годы Гражданской войны он упорно читал, беседовал с друзьями-летчиками, постепенно готовясь к поступлению в авиашколу [1].

Когда в 1919 году в Нижнем Новгороде Чкалов впервые увидел гидросамолет, его детские мечты совершить что-нибудь необычное приняли новое направление, он хотел во что бы то ни стало, сам научиться управлять самолетом. Ему было всего 15 лет, когда, приписав себе один год, он в августе 1919 года пошел добровольцем в Красную Армию. Его взяли на должность моториста-слесаря в 4-й Канавинский авиационный парк в Нижнем Новгороде по ремонту самолетов.

Устроиться на работу ему помог его близкий друг Владимир Фролищев, который позже станет мужем сестры Чкалова, Сони. В авиапарке Валерий ознакомился со всеми типами самолетов, которые были на вооружении в Красной Армии. Иностранные модели «Моран», «Вуазен», «Фарман» казались ему чудом техники. Целый год Чкалов усердно работал в парке сборщиком самолетов, и день и ночь мечтая о полетах. Но из-за того, что в стране полным ходом шла война, никто его учить летать не собирался, было не до него. В своих воспоминаниях он отмечает то, с какой завистью провожал в воздух десятки раз чиненные самолеты, с каким усердием изучал машины, как боготворил летчиков, бравших иногда его в полет [2].

Для поступления в летную школу командование обычно выбирает лучших из лучших. И вот в 1921 году по разверстке требовалось отправить четырех человек из Канавинского авиапарка, где на тот момент семнадцатилетний Чкалов работал помощником слесаря-сборщика, на прохождение обучения начального этапа летного дела в Егорьевск. В число четверых человек, которых выбрали в качестве лучших кандидатов, попал односельчанин и близкий друг Валерия Павловича, Владимир Фролищев.

Владимир был счастлив от перспектив, которые его в будущем ожидают, и внезапно неожиданно для всех попросил вместо себя отправить в училище Валерия Чкалова. Коллеги со всего парка единодушно поддержали кандидатуру Валерия. Они ценили и уважали его упорство, выносливость, настойчивость, его крепкую рабочую хватку. В конце 1921 года Валерий уехал в Егорьевск. В Авиационном отделе Егорьевской авиашколы, до его преобразования, учился знаменитый русский летчик Петр Николаевич Нестеров, получивший мировую известность в 1913 году, выполнив впервые в истории авиации фигуру высшего пилотажа – «мертвую петлю». Егорьевскую теоретическую школу летчиков закончили многие из первых Героев Советского Союза: А. В. Ляпидевский, Н. П. Каманин, Г. Ф. Байдуков, И. П. Мазурук, В. К. Коккинаки.

Владимир поступил как бескорыстный, больше того – как самоотверженный друг. Он видел отношение юного Чкалова к авиации, его неукротимое желание летать и решил, что должен так поступить. В свою очередь, Чкалов всю жизнь был благодарен другу, за это добрый поступок. Поступив в школу, он терпеливо изучал и осваивал учебную программу, перечитал множество книг, тем самым выделяясь невероятной тягой к знаниям. Кроме того, быстро освоив теорию и устройство моторов, Чкалов часто помогал отстающим однокурсникам. В то время Егорьевское авиационное училище было лучшим учебным заведением для военно-теоретической подготовки летчиков. Прибывшие из фронтовых авиационных частей, отрядов и парков красноармейцы, рабочие и мотористы осваивали здесь обширную программу. В нее входило большое количество учебных дисциплин, такие как: алгебра, физика, тригонометрия, геометрия, русский и немецкий языки. Существенное место занимали аэродинамика, аэронавигация, материальная часть самолетов,

моторы; много часов отводилось на политическую и общевоинскую подготовку. Учебный корпус училища размещался в бывшем женском монастыре. Казарм для учащихся в те годы еще не было. Курсанты жили в монашеских кельях по три-четыре человека. Чкалов поселился вместе с Макарьевым, Махаловым и Кузнецовым, которые в последствии тоже стали заметными людьми в авиации.

По воспоминаниям однокурсников, учеба давалась ему очень легко. Сидя на лекции, он мог полностью ее запомнить, не записывая конспект. Кроме успехов в учебе у него были также успехи в спортивном и театральном кружках. После учебы Валерий с удовольствием играл в футбол с товарищами и участвовал в театральных постановках, часто в комических ролях, давая проявиться своему чувству юмора и актерскому таланту. Чкалов был смелым и любознательным студентом. В кратчайшие сроки он освоил посадку самолета на школьный аэродром. Эта посадка требовала четкого расчета и большого мастерства, так как ширина аэродрома была всего 100 метров, с одной стороны которого протекала речка Гуслиянка, а с другой – были болота и ров. Будучи новичком Чкалов всегда с большой точностью рассчитывал и четко выполнял посадку [3].

В период его пребывания в Егорьевске, в его жизни произошло важное событие. В семнадцать лет Валерий женился на Лиде Крыловой. Детей у пары не было. А о самой Лиде известно немного. Отец Валерия, Павел Григорьевич, и особенно старшая сестра Анна отговаривали его от свадьбы. Но потом в их семейной жизни начался разлад, по воспоминаниям Анна, они развелись, и в Борисоглебское училище он уехал один. Весной 1923 года Чкалов закончил Егорьевскую теоретическую школу на хорошие отметки за полтора года благодаря своему упорству. Всему выпуску было присвоено звание красных командиров, и все были направлены в 1923 году в город Борисоглебск в практическую школу летчиков для обучения практическим полетам.

После окончания обучения Чкалов работал в Москве в научно-исследовательском институте ВВС РККА, участвовал в испытаниях самолетов для нужд армии. К сожалению, во время одного из таких испытаний, 15 декабря 1938 года, Валерий Павлович трагически погиб. Причиной трагедии был самолет с многочисленными неисправностями, повлекшими за собой гибель летчика.

В 2002 году честь великого летчика Егорьевскому авиационному колледжу было присвоено имя В. П. Чкалова. Таким образом, память о нем до сих пор живет в стенах этого учебного заведения [4].

#### Список литературы

1. *Бурмистров В. И.* Страницы истории города Егорьевска и его района: монография. М.: РИО Мособлупрполиграфиздата, 1998.
2. *Байдуков Г.* Чкалов. М.: Молодая гвардия, 1977.
3. *Смирнов В. И.* Мы – егорьевцы. Книга 1. М.: Энциклопедия сел и деревень, 1999.
4. *Чкалова О. Э.* Жизнь Валерия Чкалова: Воспоминания / Лит. запись Ю. М. Щеглова. М.: Дет. лит., 1979.

**Ю. И. Орлова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Хотя многие дисциплины вносят вклад в изучение туризма, это не является предметом науки об образовании, и, в более широком смысле, изучение взаимосвязи между туризмом и образованием или вопрос о том, могут ли туристические практики быть пространствами для обучения, мало встречается в литературе. Конечно, начиная со ссылки на Grand Tour и заканчивая культурным туризмом и вопросом о необходимости изучения туризма как конкретной практики, мы находим упоминания об образовании или обучении, но слабо развитые и чаще всего выходящие за рамки каких-либо эмпирических исследований.

Несмотря на то, что сегодня многие дисциплины вносят вклад в изучение туризма, похоже, что вклад наук об образовании близок к нулю, если не учитывать то, что касается не самого туризма, а его преподавания в школах. Независимо от того, рассматривается ли эта дисциплина как конкретная или просто как объединение различных дисциплин для изучения образования в самом широком смысле (что следует симметрично назвать учебой в области образования), туризм не является частью ее объектов, даже если он интересуется другими ситуациями, будь то школа или формальное образование. Все происходит так, как будто легкомысленным занятиям, развлечениям, отдыху трудно найти место в этой дисциплине.

Сторона изучения туризма встречается редко, несмотря на относительную очевидность взаимосвязи с вопросами обучения или образования, начиная с Grand Tour и заканчивая культурным туризмом, определенными целями социального туризма или местом обучения, работами или размышлениями о взаимоотношениях между туризмом и обучением или образованием. Чаще всего это спорадические анализы, которые, несмотря на их интерес, не приводят к расширению исследований, посвященных этому вопросу. Похоже, что им не хватает концепций, позволяющих построить прочные отношения между обучением и туризмом.

То, что в международной литературе называется «неформальным обучением», было предметом различных исследований [2, 3].

Идею о том, что обучение не обязательно осознано, или, если оно есть, что оно может быть случайным, или, если оно не является случайным, оно может оставаться неформальным, поскольку самоориентируется, организовывается и регулируется самим человеком [14]. Таким образом, можно учиться не только без школы, но и без учителя или педагогики. Это усвоение относится к логике участия: именно благодаря участию мы учимся, а мотивация заключается в том, чтобы быть членом группы, отсюда и идея практических сообществ, характеризующихся взаимным участием, общим бизнесом и общим репертуаром [18].

Существует мало исследований, которые подчеркивают образовательную проблему в практике туризма. Это относительно парадоксально, поскольку каждый из нас берет начало от этого термина, если не от современной практики, в Grand Tour, инициативном путешествии по Европе, позволяющем познакомиться с европейскими государствами и практиковать социальные практики своего класса, проводимые молодыми дворянами XVI–XVIII веков [1, 15]. Однако, как и во многих случаях, этимологическое происхождение следует воспринимать дистанционно. Если Grand Tour хорошо связан с образованием, если речь идет о путешествиях, то мы очень далеки от современных туристических практик: «Гранд-тур – это испытание дворянского образования, экономика которого, общая для основных европейских стран, сформировалась в эпоху Возрождения; он формулирует основы современного туризма». Военные дисциплины (верховая езда, обращение с оружием, математика) и светские искусства (танцы, музыка); политическое обучение (история, география, право) и знание средств коммуникации (иностранные языки) [1]. Это образовательное путешествие, возможно, более близкое, если мы хотим перевести его в современный мир, к выпускной стажировке, чем к досуговому туризму, который нас здесь интересует. Независимо от того, является ли путешествие в самых благородных, наиболее ценных формах образовательным и особенно

формирует молодежь, это относительно признано и включено во многие современные учебные программы, особенно на европейском уровне с программой Erasmus. Остается вопрос о том, учатся ли «туристический идиот» [16]. Речь идет о том, чтобы интересоваться наиболее распространенными практиками, наиболее далекими от любого образовательного проекта. Эти практики, если они заменили Гранд-тур, не являются «естественным» продолжением этого, и их образовательное измерение не обязательно основано на явном проекте.

Еще один способ понять взаимосвязь между туризмом и образованием - это так называемый культурный туризм (посещение музея, посещение наследия и т. д.), которому уделяется все большее внимание. Джон Урри [17] подчеркивает, что туризм сегодня связан с обучением и вернется на круги своя. Он оправдывает это популярностью музеев, гиперреалистическими историческими реконструкциями. К этому добавляется желание изучать новые виды спорта по случаю праздников, развитие туризма, ориентированного на культуру и искусство, интерес к промышленным объектам. Таким образом, туризм является «культурной практикой» [13]. Этот культурный туризм Дженнифер Крейк [7] определяет как экскурсию в другие культуры, другие места, чтобы узнать о людях, их образе жизни, их художеств. С ними связаны образовательный и эмпирический компонент и романтическое представление о культуре. Но помимо этих выводов, которые оправдывают вопросы, связанные с обучением, мы не найдем исследований для изучения такого обучения. Исследования были направлены, с одной стороны, на анализ предложения, привлечения туристов, с другой - на анализ туристического опыта, а не на его влияние с точки зрения обучения.

В центре внимания работы Орвара Лефгрена (1994) находятся важные мысли о необходимости научиться быть туристом, перенимать практики, путешествия [8,9] в которой подчеркиваются как коллективные преобразования, так и относительное обучение навыкам, без которых туризм был бы невозможен. Хотя в этих различных работах утверждается наличие обучения, необходимого для того, чтобы «стать туристом», способ обучения остается черным ящиком, доказательством этого является двукратная ссылка на школу в последней работе команды Массачусетского технологического института [9]. Проблема в том, чтобы понять, как мы учимся, когда нет школы.

Популярное образование с помощью различных форм активистского, профсоюзного, ассоциативного или социального туризма разработало образовательный проект в рамках популярного туризма. Сильвен Паттье (2009) в своем историческом исследовании «Ассоциации туризма и труда» показал важность и настойчивость проекта, который привел к тому, чтобы предложить популярным классам воспользоваться своим отпуском, не только для отдыха, но также использовать его в образовательных целях. Но проект далек от того, чтобы отразить реальность, которая часто приводила к согласованию с практикой массового туризма, предлагаемой частным сектором. Мы увидим, что, несмотря на трудности с поддержанием таких проектов народного образования, сегодня есть некоторые из них.

В конце концов, проблема межкультурных встреч чаще вызывает культурный шок, чем обучение. Более точный анализ показывает его присутствие в определенных местах, но без акцента на обучении, хотя можно считать, что он лежит в основе [10]. Все происходит так, как будто сам образ туризма затрудняет его связь с обучением. Таким образом, изучение практики туризма в качестве учебного пространства представляет собой теоретическую задачу и предполагает изучение области, в которой мало людей.

#### Список литературы

1. Boutier Jean, *Le Grand Tour: une pratique d'éducation des noblesses européennes (XVI<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle)*, 2004 [en ligne]. À partir de [http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/05/10/63/PDF/Boutier\\_J.-2004-Grand\\_Tour.pdf](http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/05/10/63/PDF/Boutier_J.-2004-Grand_Tour.pdf) [consulté le 9 mars 2011].
2. Brougère Gilles, «Une théorie de l'apprentissage adaptée: l'apprentissage comme participation», dans Gilles Brougère et Anne-Lise Ulmann (dir.), *Apprendre de la vie quotidienne*, Puf, 2009.
3. Brougère Gilles et Bézille Hélène, «De l'usage de la notion d'informel dans le champ de l'éducation», *Revue française de pédagogie*, № 158, 2007.
4. Brougère Gilles et Ulmann Anne-Lise (dir.), *Apprendre de la vie quotidienne*, Puf, 2009.
5. Ceriani Giorgia, Knafou Rémy, Stock Mathis, «Les compétences cachées du touriste», *Sciences Humaines*, № 145, 2004.



6. Ceriani Giorgia, Duhamel Philippe, Knafou Rém, Stock Mathis, «Le tourisme et la rencontre de l'autre», *L'Autre : cliniques, cultures et sociétés*, vol. 6, N° 1, 2005.
7. Craik Jennifer, «The culture of tourism», dans Chris Rojek et John Urry (dir.), *Touring Cultures. Transformations of travel and theory*, Routledge, 1997.
8. Mit Équipe, *Tourismes 1. Lieux communs*, Belin, 2002.
9. Mit Équipe, *Tourismes 3. La révolution durable*, Belin, 2011.
10. Jack Gavin et Phipps Alison, *Tourisme and Intercultural Exchange. Why Tourism Matters*, Channel View Publications, 2005.
11. Lave Jean et Wenger Etienne, *Situated Learning. Legitimate Peripheral Participation*, Cambridge University Press, 1991.
12. Pattieu Sylvain, *Tourisme et travail. De l'éducation populaire au secteur marchand (1945-1985)*, Les Presses de Sciences Po, 2009.
13. Rojek Chris et Urry John, «Transformation of travel and theory», dans Chris Rojek et John Urry (dir.), *Touring Cultures. Transformations of travel and theory*, Routledge, 1997, pp. 1-19.
14. Schugurensky Daniel, «Vingt mille lieues sous les mers : les quatre défis de l'apprentissage informel», *Revue française de pédagogie*, N° 160, 2007.
15. Towner John, «The Grand Tour: A key phase in the history of tourism», *Annals of Tourism Research*, vol. 12, N° 3, 1985.
16. Urbain Jean-Didier, *L'Idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot, 2002.
17. Urry John, *The Tourist Gaze*, Sage, 2<sup>e</sup> éd., 2002.
18. Wenger Etienne, *La Théorie des communautés de pratique. Apprentissage, sens et identité*, Presses de l'Université Laval, 2005.

**Д. М. Попов**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **ОБЪЕКТЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА КОСТРОМЫ**

С первого упоминания города в летописях, датируемых 1152 годом, в Костроме постепенно складывались традиции и устои народа, развивалась отрасль производства, которая в настоящее время определила специфику туристского прогресса Костромы. Ежегодно сюда приезжают тысячи туристов, чтобы попробовать и приобрести местный продукт, а именно сыр. Для производства сыра в городе работают несколько производств.

Костромской сыр – твердый русский сыр, один из самых распространенных сыров России, также был самым распространенным сыром в СССР. Впервые появился во второй половине XIX века в Костроме на сыроварнях Владимира Бландова. Первая сыроварня была построена в 1878 году, в 1912 году в губернии существовало уже 120 заводов [1].

Сыр обычно подается на стол вместе с черным хлебом. В настоящее время костромской сыр производится не только в России, но и в Эстонии.

Знаменитый сыродел Верещагин в 1878 году открыл первую в Российской Империи сыроварню, которая располагалась в городе Кострома. Самые вкусные сыры производились в костромской сыроварне Верещагина, ведь он обучался сыроварению в Швейцарии. Со временем именно Кострома получила звание «сыродельной столицы России».

До сих пор, спустя много лет, город посещает огромное количество туристов, чтобы попробовать тот самый уникальный сыр.

Первое время, после открытия сыроварни в Костроме, только представители знати употребляли сыр. Связано это было с тем, что он считался редким лакомством и деликатесом. Но распространение этого продукта было не остановить, и, со временем, сыры стали доступны различным слоям населения.

В течение многих лет на костромских сыроварнях старинные рецепты производства сыра дополнялись лучшими сыроделами. Это привело к появлению различных сортов костромского сыра, способных удовлетворить любой вкус. Самыми популярными, на сегодняшний день являются: Сусанинский, Демидовский, Иван Купала, Воскресенский и Костромской.

Николай Васильевич Верещагин обучил сыроварению своего компаньона Владимира Ивановича Бландова, на сыроварнях которого, еще во второй половине XIX века и была разработана рецептура любимого всеми костромского сыра. Благодаря общим усилиям этих предпринимателей, уже в 1912 году только в Костромской губернии существовало 120 сыроварен.

Костромской сыр давно и прочно занял свое место в рационе россиян и соседних народов. Он относится к твердым сортам, имеет небольшое количество естественных округлых ходов, которые могут быть слегка приплюснуты, и образованы деятельностью кисломолочных бактерий. Цвет однородный, от практически белого до светло-желтого. Имеет эластичную текстуру и пикантный сливочный вкус с кислинкой.

Приятный вкус, сочетающий в себе пикантную остроту и кисловатость сливок, в совокупности с неповторимым терпким ароматом делает Костромской сыр желанным на каждом столе.

Однородная плотность и пластичность позволяют легко нарезать его, как на одинаковые ломтики, так и использовать для фигурной нарезки. Жители Костромы по праву гордятся своими сырами и их незабываемым вкусом [2].

Полезность Костромского сыра сложно переоценить. Кроме замечательного вкуса, он содержит в себе необходимые для полноценного функционирования человеческого организма минералы. Это железо, калий, медь, кальций, марганец, сера, цинк, магний. Обилие витаминов группы В и наличие витаминов А, Е, С, РР и D, а также аминокислоты, оказывают неопределимую пользу для развития детского организма, позволяют сохранить здоровье взрослых в отличном состоянии и поддержать хорошее самочувствие пожилых людей.

Имеет высокий показатель калорийности – 345 ккал в 100 г, и 45 % содержание жира. Это делает его довольно сытным продуктом. Именно этот сыр содержит в себе большое количество молочного белка, что повышает его пищевую ценность у любителей этого продукта.

Его производство ведется строго в соответствии с технологией, особенностью которой является короткий период созревания. Он составляет меньше 45 суток, хотя другим твердым сырам для полного созревания требуется 60 суток. А элитным плесневым сортам – 90. Основными центрами гастрономического туризма являются сырная биржа и музей сыра, которые открыты именно благодаря известности вкуса Костромского сыра [3]. На сырной бирже представлены десятки разновидностей сыра на разный кошелек и вес, туристы могут не только приобрести Костромской сыр, но и продегустировать каждый из видов и решить, какой приобрести себе и близким.

Сырная биржа находится в центре Костромы. Для жителей средней полосы это просто кладезь разнообразных вкусных качественных свежих сыров. Вывеску «Сырная биржа» видно издалека. Но, перед тем, как пойти на «Сырную биржу», туристы посещают Музей сыра, который находится на улице Чайковского. В музее сыра туристам расскажут об истории костромских сыров и помогут разобраться в сортах и их вкусовых качествах. В музее сыра есть дегустация, где можно оценить сыры по вкусу. После посещения музея сыра можно смело идти на Сырную биржу как знаток костромского сыра. Впервые сырная биржа в Костроме была открыта в 2009 году и позиционировалась, как воскресная ярмарка. Но со временем дело оказалось прибыльным и выгодным. Воскресная ярмарка сыров прославилась далеко за пределами Костромы и переродилась в сырную биржу [4].

Говоря о Костроме, как о городе с многовековой историей и со своим легендарным и великим производством сырных изделий, можно смело сказать, что сюда неспроста приезжают тысячи туристов ежегодно, чтобы попробовать и приобрести уникальный сыр.

#### Список литературы

1. Кострома и производство сырных изделий. [Электронный Ресурс]. URL: <http://www.gradkostroma.ru/index.aspx>
2. Особенности Костромского сыра. [Электронный Ресурс]. URL: <https://all-worlds.ru/idem-na-tcentralnyi-rynok-v-kostrome-za-syrom>
3. Сыр как основная составляющая производства Костромы. [Электронный Ресурс]. URL: [https://kostromatravel.ru/brands/kostroma\\_syrnaya](https://kostromatravel.ru/brands/kostroma_syrnaya)
4. Сырная биржа Костромы. [Электронный Ресурс]. URL: <https://irecommend.ru/content/muzei-syra-kostroma-0>

**В. М. Причетников, Д. Р. Соколова**

*Дмитровский институт непрерывного образования – филиал государственного университета «Дубна», Московская обл., г. Дмитров*

Научный руководитель: И. Н. Ганьшина

## ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС В ВЕРБИЛКАХ

В современном мире культурный туризм стал неотъемлемой частью жизни людей, которые из года в год путешествуют не только по различным странам, но и по различным городам России.

Цель статьи – идентифицировать место культурного туризма в туристическом продукте по дестинации «Вербилки», а также и указать на перспективы его будущего развития.

Предметом настоящего исследования является культурный туризм.

Объектом исследования – дестинация «Вербилки».

Согласно словарю туристской индустрии культурный туризм – это «путешествие с целью сопереживания искусства или истории данной дестинации, или путешествие с целью общения с языком, бытом и культурой данного региона».

Так, можно говорить о том, что люди, увлекающиеся туризмом, желают приобрести новые знания о том или ином месте, познакомиться с его культурным наследием. Для осуществления вышеприведенных целей туристы посещают музеи (краеведческие), галереи, выставки, а также парки отдыха.

Вербилки – поселок городского типа в Талдомском городском округе Московской области. В 1766 г. в Вербилках основан знаменитый фарфоровый завод. На заводе проводятся производственные экскурсии, а в фирменном салоне предлагаются фарфоровые изделия по ценам производителя.

В силу того, что поселок городского типа Вербилки расположен в 103 км от столицы, он ежегодно становится местом отдыха для туристов.

Плюсы туристической среды: свежий воздух; расположение в 2 ч езды от Москвы; богатая историческая составляющая: личности, ставшие известными всей стране (космонавт Юрий Батулин, Баскаков Андрей Иванович, Слетов Петр Владимирович); парк отдыха «Вербилки»; отель Country Resort, оснащенный современным оборудованием; зоопарк на базе отеля Country resort; библиотека, оборудованная современными технологиями.

Минусы туристической среды: отсутствие велосипедных дорожек в том объеме, в котором они необходимы; отсутствие мусорных баков; фарфоровый завод, на базе которого проводятся экскурсии, находится на грани закрытия, в силу сокращения рабочих мест, а также отсталости оборудования и материалов; зоопарк оснащен деревянными вольерами и декоративными сооружениями, которые за несколько десятков лет пришли в негодность; отсутствие кафе и других мест, где можно было приятно провести время.

В силу того, что поселок ежегодно становится местом привлечения множества туристов, в нем необходимы колоссальные изменения. Так, в обозримом будущем в Вербилках появится набережная, проект которой можно найти в группе Вербилковского Дома культуры в социальной сети ВКонтакте. Однако набережные – не новинка ради которой будут приезжать туристы. Мы считаем, что важным фактором в развитии туристического бизнеса в поселке Вербилки является возрождение фарфорового дела, которым славится наш поселок несколько веков.

Во-первых, это возродит искусство как вид культуры.

Во-вторых, при росте производства вырастет узнаваемость и привлекательность завода, потенциальные туристы захотят узнать о заводе, приехать на экскурсию.

Следующим основным шагом является создание полноценного музея, в котором были бы представлены экспонаты разных времен и эпох. Основной темой выставки в музее было бы фарфоровое дело, но также в отдельном зале можно создать выставку о выдающихся личностях поселка, о его заслугах. Духовно-культурная среда всегда неразрывно связана с техническими и бытовыми вопросами, поэтому при создании музея необходимо подумать о комфорте туристов. Так как большинство людей предпочитает приезжать на электричке, важно создать доступное

транспортное соединение, с которым в нашем округе глобальные проблемы. К тому же, можно было бы организовать велопрокат, что стало бы выгодным для арендодателей. Как уже было упомянуто, в поселке мало велосипедных дорожек, поэтому они должны включиться в проект. Когда создано комфортное транспортное соединение, учтены варианты выбора маршрута от станции до фарфорового завода и музея, важно подумать о тематическом кафе, в котором можно было бы проводить литературные вечера, поскольку Талдомский г. о. считается родиной таких писателей, как М. Е. Салтыкова-Щедрин, а также С. А. Клычков.

Стоит упомянуть, что культура начинается с самых незаметных, на первый взгляд, вещей. Поэтому мы считаем, что в Вербилках в обязательном порядке должна быть очищена р. Якоть, которая протекает рядом с фарфоровым заводом. Более того, должны быть высажены деревья по берегам реки, а также в качестве украшения на воде могут расположиться скульптуры, тематически связанные с фарфоровым заводом.

Таким образом, мы делаем вывод о том, что в поселке городского типа Вербилки необходимо возрождение фарфорового завода, который в последствии станет точкой притяжения множества туристов, а также основной составляющей в развитии туристического сервиса в контексте культуры.

#### Список литературы

1. *Мачульский Е. Н., Зилов А. А., Кравцова Ю. Н.* Вербилки. История фарфорового завода Ф. Я. Гарднера. М. Издательский дом «Авангард», 2005. 528 с.
2. ООО «Домашний отдых» туристическое агентство [Электронный ресурс] Однодневные автобусные туры // Вербилки [2006-2021]. URL: [https://www.hometravel.ru/ssi/select\\_od/site/verbilki.shtml](https://www.hometravel.ru/ssi/select_od/site/verbilki.shtml) (дата обращения: 12.05.2022).
3. Википедия-Вербилки [Электронный ресурс] Википедия (24.03.2022) URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Вербилки> (дата обращения: 13.05.2022).

**Е. А. Разина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолатор*

Научный руководитель: Е. П. Суходолова

## **ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УЧРЕЖДЕНИЯМИ КУЛЬТУРЫ**

Вопросам повышения качества услуг в социально-культурной сфере Российской Федерации уделяется особое внимание на государственном уровне. Актуальность этого вопроса не вызывает сомнения, поскольку количество подобных услуг ежегодно растет.

Министерством культуры Российской Федерации подписан приказ № 2115 от 09.12.2014 «Об утверждении ведомственного перечня государственных услуг (работ), оказываемых (выполняемых) находящимися в ведении Министерства культуры Российской Федерации федеральными государственными учреждениями в качестве основных видов деятельности», регулирующий этот вопрос [1].

На это направлен и Нацпроект «Культура», разработанный в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и скорректированный в соответствии с Указом от 21 июля 2020 года № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Реализация нацпроекта началась 1 января 2019 года [2].

Главной задачей проекта является обеспечение качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры. В структуру нацпроекта входят три федеральных проекта: «Культурная среда», «Творческие люди» и «Цифровая культура». Президент РФ В. В. Путин, подчеркивая важность реализации этого проекта, отметил, что «Национальная программа в сфере культуры должна получить сильное региональное изменение, стимулировать повышение качества и разнообразие культурной жизни в малых городах и поселках страны» [3].

В соответствии с Федеральным проектом «Культурная среда» запланировано:

- 1) открытие 39 центров культурного развития;
- 2) открытие 600 автоклубов;
- 3) реновация 30 учреждений культуры;
- 4) реконструкция и капитальный ремонт 40 детских театров;
- 5) создание 684 модельных библиотек;
- 6) открытие 1060 кинозалов;
- 7) строительство и капитальный ремонт 586 сельских ДК;
- 8) переоснащение образовательных учреждений (1700 ДШИ и 100 училищ) [3].

Все это должно сказаться, в первую очередь, на качестве оказываемых социально-культурных услуг, а также на функционировании всей сферы в целом.

С экономической точки зрения культурное благо (услуга) – уникально. Оно не может относиться к стандартным рыночным товарам, ведь абсолютно каждый созданный объект (услуга) – неповторим. К тому же, культурные блага относятся к общественным, поэтому требуют непосредственного участия государства или лиц, не имеющих интересы отличные от потребителей, то есть меценатов или спонсоров. Без этого культурно-досуговая сфера вряд ли сможет существовать. Исключение – организации, работающие за конкретную плату от заказчиков [4, с.70].

По мнению Е. Н. Захаровой культурные блага, получаемые в результате оказания услуг, сочетают в себе и экономические, и культурные ценности. Они характеризуются такими существенными признаками, как многообразие форм; творческая составляющая; направленность творческого процесса по созданию культурных благ; преобладание символического смысла в содержании [5].

Одна из сложнейших проблем – необходимость денежной и культурной оценки нерыночных благ. Этот процесс затрудняет то обстоятельство, что до самого последнего момента неизвестно влияние результатов культурной деятельности на потребителей.

Категория «качество» имеет несколько дефиниций. В рамках экономической науки данный термин применяется к товарам и услугам. Международный стандарт определяет «качество» как совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Особенность культурного блага заключается в том, что одновременно оно может обладать конкретным качеством и не иметь его вовсе – в зависимости от удовлетворения потребности потребителя.

Индивидуальная полезность культурного блага заключается в способности услуги удовлетворять потребности индивидуума. В данной категории выражаются не сами по себе свойства благ, а отношения людей к этим свойствам. Таким образом, качество культурных благ является субъективной характеристикой [5, с. 256].

К показателям, характеризующим общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры и предусматривающим оценку условий оказания услуг следует отнести такие критерии:

- открытость и доступность информации об организации культуры;
- комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения;
- время ожидания предоставления услуги;
- доброжелательность, вежливость персонала;
- компетентность работников организации культуры;
- удовлетворенность качеством оказания услуг.

Приложение к приказу Минкультуры России от 27 апреля 2018 года № 599 определяет «Показатели, характеризующие общие критерии оценки качества условий оказания услуг организациями культуры».

На уровне субъекта Российской Федерации – Московской области также конкретизирован «Порядок рейтингования культурно-досуговых учреждений муниципальных образований Московской области и их руководителей», утвержденный Постановлением Правительства Московской области от 14.03.2018 № 15 РВ-20. На основе указанных в этих нормативно-правовых актах критериев проводится оценка качества предоставляемых услуг учреждениями культуры по следующим группам.

Группа критериев «Кадры».

1. Критерий «Руководитель».

1.1. Показатель «Профессиональные достижения (награды).

2. Критерий «Команда».

2.1. Показатель «Молодые кадры».

2.3. Показатель «Уровень образования».

2.4. Показатель «Эффективный контракт».

Группа критериев «Достижения»:

3. Критерий «Активность».

3.1. Показатель «Гранты, премии, конкурсы».

3.2. Показатель «Актуальность репертуара».

3.3. Показатель «Социальное партнерство»;

3.4. Показатель «Наличие условий для технического творчества».

3.5. Показатель «Кинопоказ/мультипоказ».

3.6. Показатель «Упомятаемость в СМИ».

4. Критерий «Развитие».

4.1. Показатель «Концепция развития учреждения».

Группа критериев «Пространство».

5. Критерий «Стандарт».

5.1. Показатель «Соответствие стандарту».

Группа критериев «Менеджмент».

6. Критерий «Информатизация».

6.1. Показатель «Сайт и работа в соцсетях».

- 7. Критерий «Клиентоориентированность».
  - 7.1. Показатель «Обратная связь».
  - 7.2. Показатель «Удобный режим работы».
  - 7.3. Показатель «Нестационарные формы обслуживания».
  - 7.4. Показатель «Независимая оценка качества».
- 8. Критерий «Результативность».
  - 8.1. Показатель «Посещаемость».
  - 8.2. Показатель «Народные»/«Образцовые» коллективы».
- 9. Критерий «Финансы».
  - 9.1. Показатель «Доходы от платных услуг»;
  - 9.2. Показатель «Спонсорская и благотворительная помощь».

Данные критерии охватывают все сферы деятельности культурно-досуговой организации, поэтому способны в полной мере охарактеризовать успешность и эффективность их работы.

#### Список литературы

1. Приказ Министерства культуры России № 2115 от 09.12.2014 «Об утверждении ведомственного перечня государственных услуг (работ), оказываемых (выполняемых) находящимися в ведении Министерства культуры Российской Федерации федеральными государственными учреждениями в качестве основных видов деятельности». [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/57401966/> (дата обращения 26.05.2022).
2. Приказ Министерства культуры РФ от 27 апреля 2018 г. № 599 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий оказания услуг организациями культуры». [Электронный ресурс]. URL: <https://culture.gov.ru/about/national-project/about-project/> (дата обращения 26.05.2022).
4. *Анисимов Д. Г.* Механизмы повышения качества услуг // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. 70 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-povysheniya-kachestva-uslug> (дата обращения 26.05.2022).
5. *Захарова Е. Н., Коджаманян С. М.* Культурные блага как специфический продукт на рынке услуг // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2016. № 6. С. 256–258. EDN WBLOAP. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32756258> (дата обращения 26.05.2022).



**П. А. Рачков**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Т. Б. Лисицына

## **ЭКОТУРИЗМ И ЕГО СВЯЗЬ С НЕКОТОРЫМИ ДРУГИМИ ФОРМАМИ ТУРИЗМА**

Экотуризм развивался вслед за экологическим движением, которое сформировалось в начале 1970-х годов. Растущий интерес общественности к окружающей среде и путешествиям на свежем воздухе в сочетании с растущим недовольством массовым туризмом показал индустрии туризма, что есть место для экотуризма [4]. Понимание и признание принципов сохранения и устойчивости растущей частью населения также способствовало феноменальной эволюции термина «экотуризм» [3].

Не следует забывать, что экотуризм - это прежде всего форма туризма, и в этом смысле его следует более точно сопоставить с другими формами туризма, с которыми его часто путают, в первую очередь с природным туризмом, приключенческим туризмом и туристическим туризмом (культурный).

В то время как ориентированный на природу туризм и приключенческий туризм скорее определяются на основе рекреационной деятельности туристов, экотуризм также определяется, если не больше, выгодами, которые он может принести как для сохранения природы, так и для местных сообществ [1]. Как мы уже упоминали ранее, экотуризм тесно связан с природной средой. С другой стороны, важно отличать экотуризм от простого природного туризма. Как отмечает Хани [1], часто возникает неясность в отношении границ между природным туризмом и многомерной концепцией экотуризма. Экотуризм придерживается принципов (по крайней мере, теоретически), которые не обязательно разделять как более расплывчатое представление о природном туризме. Как в литературе, так и на практике часто сочетается то и другое, рассматривая формы туризма, ориентированного на природную среду, как экотуризм, но не отвечающие его принципам. Туризм, ориентированный на природу, является более общей формой туризма, к которой можно отнести, например, приключенческий туризм или туризм, ориентированный на охоту или рыбалку. Таким образом, экотуризм рассматривается как часть туризма, ориентированного на природу, и взаимосвязь между ними можно представить следующим образом.

Чтобы считаться приключенческим туризмом, деятельность или продукт должны включать три элемента [5]: элемент риска; высокий уровень физической нагрузки; туристу необходимо обладать специальными навыками, чтобы безопасно участвовать в этом мероприятии.

Лекуин писал [2]: «приключенческий туризм обычно представляет собой активный отдых на свежем воздухе, который практикуется в слаборазвитых природных зонах, где природа служит поддержкой, но сама по себе не является целью, в отличие от экотуризма. Таким образом, существует принципиальная разница в отношении наблюдения за природой, как в случае экотуризма, и завоевания ее в случае приключенческого туризма. Короче говоря, эти две формы туризма ищут качественную среду обитания, но по разным причинам: одна для наблюдения за природой, а другая – для ее покорения».

Некоторые формы экотуризма можно рассматривать как приключенческий туризм. С другой стороны, по нескольким причинам приключенческий туризм в целом не квалифицируется как экотуризм [5]. Во-первых, несколько видов приключенческого туризма не ориентированы на природу. Во-вторых, как и в случае туризма, ориентированного на природу, эта форма туризма не требует соответствия критериям устойчивости. Еще одно различие заключается в характере взаимодействия между участником и туристической достопримечательностью: в то время как экотурист ищет образовательный опыт, турист, путешествующий по приключениям, в первую очередь стремится к среде, которая облегчит столь необходимый риск и физические нагрузки [5].

Когда экотуризм обычно включает в себя культурный компонент, он не является синонимом культурного туризма. В то время как последний подчеркивает культурный компонент, в экотуризме этот элемент в основном второстепенен [5]. Кроме того, как мы достаточно хорошо догадываемся, опыт культурного туризма не обязательно зависит от природной среды (например, музейный тур по

Флоренции). Учитывая, что приключенческий туризм и культурный туризм иногда могут переплетаться, как это иногда бывает, например, во время охоты на аборигенов, где традиционные методы делятся с туристами.

В заключении можно сказать, что индустрия туризма заняла лидирующие позиции с точки зрения экономических выгод на международном уровне, а население мира осознало важность уважения и сохранения природной среды, с конца 1980-х годов популярность экотуризма стала феноменально расти. Несмотря на свою относительную молодость, экотуризм за короткое время завоевал сердца и головы многих правительств, сообществ, заинтересованных сторон в области туризма и исследователей. Тем не менее, истинный экотуризм по-прежнему ошибочно или справедливо воспринимается как панацея от проблем устойчивого развития в природной среде. Эта форма туризма слишком часто заимствует облик ориентированного на природу или приключенческого туризма, тем самым отбрасывая основные принципы, которые являются основными чертами его личности. Став мощным маркетинговым инструментом, экотуризм, таким образом, утонул среди других туристических проектов с более низкой «добавленной стоимостью», теряет свою полезность в качестве альтернативного инструмента развития.

#### **Список литературы**

1. *Honey M. S.* 1999. *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Washington, D.C.: Island Press, 405 p.
2. *Lequin M.* 2001. "Écotourisme et gouvernance participative". Ste-Foy, Québec: Presse de l'Université du Québec, 234 p.
3. *Orams M. B.* 1995. "Towards a More Desirable Form of Ecotourism". *Tourism Management*, vol. 16, p. 3-8.
4. *Orams M. B.* 2001. Types of Ecotourism. Dans *The Encyclopedia of Ecotourism*. Oxon, UK, New York, NY: CABI Pub, p. 23-36.
5. *Weaver D. B.* 1998. *Ecotourism in the Less Developed World*. New York: CAB International, 258 p.

**М. Н. Смирнов**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Е. П. Суходолова

## **ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ВОКАЛЬНЫХ КОНКУРСОВ В МУНИЦИПАЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ КУЛЬТУРЫ (КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЙ ЦЕНТР «ГЖЕЛЬСКИЙ»)**

Конкурсы в сфере исполнительского творчества (музыкальные, танцевальные, вокальные, театральные, поэтические и т.д.) на протяжении многих лет обозначили не только свою значимость, но и приобрели большую популярность в социокультурном пространстве современности.

Ни у кого не вызывает сегодня сомнения, что конкурсные формы организации социально-культурной деятельности – это важнейшая часть структуры художественной культуры. Вокальные конкурсы следует рассматривать как школы мастерства, которые не только являются сценой для показа лучших достижений, но и площадкой для обмена опытом (мастер-классы, семинары, круглые столы и т.д.). Социокультурный менеджмент фестивалей-конкурсов позволяет установить тесную взаимосвязь между различными формами культуротворческих технологий, а именно: фестивали или конкурсы, актуализируют появление новых жанровых форм, а коллективы или певцы, работающие в этих жанрах должны демонстрировать свое мастерство на конкурсах.

Особое внимание в деятельности культурно-досуговых центров, домов и дворцов культуры уделяется сегодня вокальной составляющей. Целью проведения вокальных конкурсов и фестивалей является:

- воспитание и преумножение духовного, интеллектуального и культурного потенциала подрастающего поколения;
- воспитание патриотизма на примерах лучших произведений вокального творчества;
- совершенствование исполнительского мастерства вокалистов;
- выявление и поддержка творчески одаренных детей и молодежи.

В Муниципальном учреждении культуры Культурно-досуговый центр «Гжельский» (далее – МУК КДЦ «Гжельский») накоплен богатый опыт проведения и организации вокальных конкурсов и фестивалей.

На сегодняшний день в МУК КДЦ «Гжельский» проводятся такие ежегодные вокальные фестивали-конкурсы:

- «Деревенька моя»;
- «Шансон года»;
- «Песня года»;
- «Галактика – Гжель» [1].

Есть вокальная номинация в ежегодном конкурсе красоты «Мисс Гжель».

Вокальный фестиваль «Деревенька моя» проводится с 2017 года, в первый год в нем приняло участие только семь вокалистов, в 2021 году количество участников возросло до 25. В данном фестивале три номинации:

- эстрадный вокал;
- народный вокал;
- патриотическая песня.

Возрастные категории, которые принимают участие: 6 лет и младше, 7-9 лет, 10-14 лет, 15 и старше. Организатором этого фестиваля является Дом культуры «Фенинский» (филиал МУК КДЦ «Гжельский»).

Вокальный фестиваль «Шансон года» проводится с 2012 года. В первом фестивале приняло участие 10 вокалистов, в 2014 – 16, в 2017– 19, а в 2021 году количество участников составило 25 коллективов. Данный фестиваль проходит без номинаций, возрастные ограничения для участия 18+. Организатором этого фестиваля является Дом культуры «Строитель» (филиал МУК КДЦ «Гжельский»).

Вокальное искусство очень популярно и востребовано среди участников клубных формирований, посетителей и получателей социально-культурных услуг. Неслучайно поэтому

вокальная номинация включена в положение о проведении конкурса красоты «Мисс Гжель». В этой номинации у участниц оценивается чистота исполнения, подобранный репертуар и чистое интонирование. Организатор конкурса – КДЦ «Гжельский».

Конкурс вокального искусства «Галактика – Гжель» проводится с 2013 года. Инициатором проведения этого конкурса является хормейстер Дома культуры «Строитель» Смирнов М. Н. Из года в год возрастает количество участников и расширяется география этого вокального конкурса: в 2013 году принимало участие всего 10 человек, почти все это были вокалисты из филиалов КДЦ «Гжельский», в 2017 году принимало участие уже 30 коллективов, не только из Раменского, но и Орехово-Зуевского района, в 2019 году на конкурс приехало 100 вокальных коллективов. Фестиваль проводился и в 2020 году, но в формате онлайн, что было связано с введенными ограничениями, вызванными новой коронавирусной инфекцией. Многие дома культуры Подмосковья тогда включились в программу «ДК-онлайн». У конкурсов такого формата есть свои преимущества, на которые указывает Е. Ю. Коробейникова, а именно – возможность дистанционного участия снимает территориальные ограничения, создает необходимые условия для поддержки одаренных учащихся и студентов в области музыкального творчества из самых отдаленных регионов России [2].

В 2022 году вокальный конкурс «Галактика – Гжель» состоялся уже девятый раз, – в нем участвовало 70 коллективов. О росте статуса конкурс свидетельствует и состав жюри, в состав которого вошли музыкальный продюсер и композитор Ирина Бережная, солист группы «Доктор Ватсон» Тимур Миронов, джазовая певица Валентина Янышева [1].

В ДК «Строитель» уже восемь лет работает народный коллектив «Ретро+», в его составе – настоящие профессионалы, творчество и талант которых не раз по достоинству было оценено на самых различных уровнях.

Вокальные конкурсы играют важную роль в формировании социокультурной среды, способствуют развитию личности, раскрытию ее творческого потенциала.

Применение различных социокультурных технологий, разнообразие видов вокальных жанров конкурса, приемы организации и проведения, продуманный организаторами конкурса менеджмент – все это гарантия успешности и востребованности любого вокального конкурса.

Следует отметить активную тенденцию распространения конкурсного движения в регионах России. Буквально десятилетие назад массовые и престижные вокальные конкурсы России базировались в столичных регионах, а сегодня мы видим, что даже в маленьком и отдаленном уголке нашей страны организуются и проводятся на высоком уровне международные всероссийские фестивали и конкурсы вокального искусства. С каждым годом, мы убеждаемся, что вокальный конкурс становится брендом той или иной территории.

#### Список литературы

1. Вокальный конкурс «Галактика – Гжель» проводится в девятый раз. <https://ok.ru/group/56080527982594/topic/153782335472898> (дата обращения 12.06.2022).

2. Коробейникова Е. Ю. Дистанционные олимпиады и конкурсы как средство развития электронного музыкального творчества детей и юношества // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании: материалы 20 Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург, 2015. 354 с.

**К. Т. Собански**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Е. П. Суходолова

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

Социально-культурная деятельность всегда носит педагогический, воспитательный характер, особенно если она направлена на детскую аудиторию. Воспитание рассматривается сегодня современным российским государством как национальный приоритет. Эта парадигма закреплена и в новой редакции Конституции Российской Федерации [1], Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года [2], новой редакции Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» [3].

Современная досуговая деятельность в основном связана с процессом удовлетворения личных потребностей человека, отражаясь в его духовности и предметности. Если деятельность в свободное время перестает вызывать интерес, ребенок отказывается ее выполнять. Поэтому необходимо постоянно активизировать проявления интереса или создавать новый интерес, новую направленность досуговой деятельности дошкольников [4, с. 64].

При организации досуга дошкольников необходимо учитывать психолого-педагогические особенности детей этой возрастной группы.

В психологической и педагогической науках дошкольный возраст определен как период с трех до семи лет. Д. Цалиева указывает на такие особенности, связанные со стремительным ростом организма и развитием психических процессов в коре головного мозга как:

- «склонность к подражанию;
- импульсивность;
- неспособность к самоконтролю;
- преобладание чувств над разумом;
- безграничное стремление быть самостоятельным;
- активное познание нового» [6].

Основным видом деятельности детей в этот период является игра. У детей дошкольного возраста имеется сильная потребность в движении, им трудно долго сидеть на одном месте. Участвуя в досуговых мероприятиях, они реализуют данную потребность, причем многие дошкольники могут проявить активность, инициативу и сообразительность в подвижных играх и развлечениях.

Правильная организация досуга дошкольников решает и такую немаловажную задачу, как повышение коммуникативности ребенка. Общаясь со взрослыми и сверстниками, дети лучше социализируются. Участвуя в различных досуговых мероприятиях, дети дошкольного возраста расширяют свой кругозор, развивают воображение, получают эстетическое удовлетворение, испытывая общие чувства с другими участниками мероприятия.

Характеризуя особенности детского досуга, следует сказать и о его функциях.

Первая из них – творческая функция. Творческие процессы можно обнаружить в детской игре, через которую у дошкольников происходит познание окружающего мира. С помощью механизма эмоционального восприятия и переживания дети дошкольного возраста постигают элементы творческой деятельности, которые фиксируются в их сознании и поведении, накладывая отпечаток на дальнейшую жизнь и развитие ребенка. Конечно, все перечисленные процессы осуществляются преимущественно в досуговое время.

Вторая функция детского досуга – коммуникативная. Как уже было сказано выше, в процессе активного взаимодействия на досуговом мероприятии удовлетворяется потребность дошкольников в контактах. Различные формы досуга являются благоприятной средой для осознания ребенком себя и своих качеств в сравнении с другими, ведь самопознание неотрывно от общения. Необходимо также отметить, что именно в условиях досуга у дошкольников появляется возможность «примерить на себя» разнообразные социальные амплуа.

Третья функция детского досуга – просветительская. В досуговое время дошкольник может узнать много нового во всевозможных областях знания. Это приводит к расширению кругозора ребенка, к узнаванию полезных сведений, умений и навыков и оказывает огромное влияние на познавательную деятельность дошкольников.

Четвертая, очень важная функция детского досуга – рекреационная. Не секрет, что в наше стремительное время жизнедеятельность детей даже дошкольного возраста максимально насыщена и сравнительно жестко регламентирована. Дети мало гуляют, много времени проводят с различными гаджетами, старших дошкольников родители и ДОО активно готовят к школе. Все это требует от ребенка больших физических, психических и интеллектуальных затрат. Так как детский досуг базируется главным образом на игровой деятельности, это помогает снять с ребенка образовавшееся напряжение. Зачастую именно в рамках досугового времени дошкольники восстанавливают и воспроизводят утраченные силы [5, с. 91].

Рационально организованная досуговая деятельность позволяет дошкольникам познакомиться с ценностями культуры. Данный процесс не может протекать стихийно. Поэтому необходимо системно и доходчиво разъяснять детям, что рациональное использование свободного времени, насыщенная, увлекательная и интересная досуговая деятельность позволяет отдохнуть, получить положительные эмоции и узнать что-то новое.

Таким образом, досуг дошкольников имеет культурно-образовательное, развивающее назначение, раскрывая эстетический, духовно-нравственный и физический потенциал личности ребенка, то есть несет в себе глубокий социальный смысл. В его основе располагается предметно-духовная деятельность, разнообразными видами которой заполняется досуговое время дошкольника.

#### Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). [Электронный ресурс]. URL [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/95c44edbe33a9a2c1d5b4030c70b6e046060b0e8/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/95c44edbe33a9a2c1d5b4030c70b6e046060b0e8/) (дата обращения 29.05 2022).
2. Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/f5Z8H9tgUK5Y9qtJ0tEFnyHIBitwN4gB.pdf> (дата обращения 29.05.2022).
3. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. URL [http://www.consultant.ru/document/Cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения 29.05 2022).
4. Ковтун Т. Ю. Особенности проведения досугов для детей дошкольного возраста // Молодой ученый. 2014. №7. С. 513–514. [Электронный ресурс]. URL: [www.elibrary.ru/item.asp?id=21849221](http://www.elibrary.ru/item.asp?id=21849221) (дата обращения 27.05 2022).
5. Современная индустрия досуга: векторы модернизации: Материалы межвузовской научно-практической конференции, Москва, 14 марта 2019 года. Москва: Московский государственный институт культуры, 2019. 220 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42336418> ( дата обращения 29.05 2022).
6. Цалиева Д. Психологические особенности детей дошкольного и младшего школьного возраста. [Электронный ресурс]. URL: <https://detstrana.ru/article/deti-3-7/obraz-zhizni/psihologicheskie-osobennosti-detej-doshkolnogo-i-mladshego-shkolnogo-vozrasta> (дата обращения 27.05.2022).

**Ю. В. Сопильняк**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **ОЦЕНКА ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА**

Город-курорт Сочи располагается на восточном побережье Черного моря, на юге Краснодарского края – что является самым южным краем России. Территория города простирается от поселка Магри на западе до реки Псоу на востоке и от берега моря на юге до Главного и Водораздельного хребтов Западного Кавказа на севере. Данный город также является самым протяженным городом нашей страны – 145 километров.

Согласно сайту ТурСтат Сочи входит в топ-10 лучших курортов в межсезонье в 2021 году и занимает лидирующую позицию [2]. Глава города-курорта сообщил, что в 2021 году Сочи посетило около 7 миллионов туристов.

Красная Поляна – столица горного кластера XXII Олимпийских и Паралимпийских зимних игр 2014 года - поселок городского типа в Адлерском районе Большого Сочи.

Красная Поляна лежит у подножия Главного Кавказского хребта, в долине реки Мзымта, в 39 км от берега Черного моря. Это бальнеоклиматическая и горнолыжная курортная местность, которая подходит для всесезонного отдыха. Здесь горные субтропические леса и минеральные источники дополняет развитая туристическая инфраструктура.

Для того, чтобы оценить природно-рекреационные ресурсы города-курорта Сочи для зимних видов туризма, необходимо определить следующее: температурный режим, солнечное сияние, ветровой режим, снежный покров, а также гидрологический режим. Для оценки используется 3-х бальная шкала: 3 балла – благоприятно, 2 балла – относительно благоприятно, 1 балл – неблагоприятно.

Для оценки температурного режима необходимо знать.

Благоприятный период для зимы – число дней с устойчивым снежным покровом.

Комфортный период для зимы – число дней с температурой от -5 до -15;

Относительная влажность воздуха.

Между благоприятным и комфортным периодом берется среднее арифметическое значение.

Для оценки солнечного сияния, необходимо знать следующее:

Сумма часов солнечного сияния в благоприятный период;

Сумма часов в комфортный период.

Формула для расчета: число часов солнечного сияния = сумма часов благоприятного периода умножить на число с благоприятным и поделить на общее количество календарных дней (со снежным покровом).

Количество дней без солнца в январе:

– более 25 дней – неблагоприятно;

– 20–25 дней – относительно благоприятно;

– 10–20 дней – благоприятно.

В оценку ветрового режима входит.

Скорость ветра в м/с;

Степень ветровой нагрузки (повторяемость слабых ветров со скоростью ветра 3 м/с и менее), в % дней от общего числа дней с ветром.

Снежный покров определяется по следующим характеристикам.

Высота снежного покрова (средняя из наибольших декадных. Разбивается благоприятный период по 10 дней).

Дата установления высокого снежного покрова.

Дата разрушения устойчивого снежного покрова.

Продолжительность залегания, устойчивость снежного покрова:

– от 100 до 150 дней – 3 балла;

– от 50 до 100 дней – 2 балла;

– менее 50 дней – 1 балл.

Гидрологический режим:

– дата установления ледового покрова;

– дата разрушения ледового покрова.

Число дней с ледовым покровом:

– от 100 до 150 дней – 3 балла;

– от 50 до 100 дней – 2 балла;

– менее 50 дней – 1 балл.

Зимой в Сочи сыро и прохладно. Средняя температура днем +10-12 С, ночью +3-5 С. Небо пасмурное, часто идут дожди. Мороза практически не бывает.

С декабря по февраль на горнолыжных курортах считается благоприятным временем. Именно в это время устанавливается устойчивый снежный покров (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка природно-рекреационных ресурсов города-курорта Сочи для зимних видов туризма\*

| Параметр              | Критерии   | Показатель     | Баллы                           | Оценка параметров (балл/качество) |
|-----------------------|--|----------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Температурный режим   | Благоприятный период (число дней)  | 163 дня        | 3                               | 2 – относительно благоприятно     |
|                       | Комфортный период (число дней)   | 12 дней        | 1                               |                                   |
| Солнечное сияние      | Сумма часов солнечного сияния в благоприятный период   | 369 часов      | 3                               | 2,3 – относительно благоприятно   |
|                       | Сумма часов в комфортный период  | 72 часа        | 2                               |                                   |
|                       | Доля часов солнечного сияния за зимний благоприятный период в % от годовой суммы солнечного сияния | 18 %           | 2                               |                                   |
|                       |  |                |                                 |                                   |
| Ветровой режим        | Скорость ветра в м/с   | 2-3 м/с        | 2                               | 2 – относительно благоприятно     |
|                       | Степень ветровой нагрузки в % дней от общего числа дней с ветром                                   | 30 %           | 2                               |                                   |
| Снежный покров        | Высота снежного покрова  | 37 см          | 3                               | 3 – благоприятно                  |
|                       | Дата установления высокого снежного покрова  | 28 декабря     | 3                               |                                   |
|                       | Дата разрушения устойчивого снежного покрова   | 15 апреля      | 3                               |                                   |
|                       | Продолжительность залегания, устойчивость снежного покрова   | 163 дня        | 3                               |                                   |
| Гидрологический режим | Дата установления ледового покрова   | не установлено | 0                               | 0 – неблагоприятно                |
|                       | Дата разрушения ледового покрова   | не установлено |                                 |                                   |
|                       | Число дней с ледовым покровом  | не установлено |                                 |                                   |
| Итого:                |  |                | 9,3 – относительно благоприятно |                                   |

\*составлена автором по [1, 3].

На основе данной таблицы можно сделать следующие выводы: погода в Красной Поляне преимущественно благоприятна и характеризуется обилием солнечных дней, что позволяет с



комфортом отдыхать здесь круглый год. Частое наличие солнца зимой – приятное обстоятельство для тех, кто не прочь совместить горнолыжный отдых и принятие солнечных ванн на заснеженных склонах. Средняя температура воздуха в зимние месяцы – от 0 °С до -5 °С. Скорость ветра в данной таблице оценивается как относительно благоприятно, так как скорость ветра в м/с и степень ветровой нагрузки не соответствуют нормам. Самым холодным месяцем является январь, а самым снежным – февраль, наиболее популярный среди горнолыжников. В целом, горнолыжный сезон в этих местах гораздо более продолжителен, нежели в аналогичных курортах Европы. Высокие хребты Кавказских гор оберегают их от ветров, в том числе и с моря, а теплая солнечная погода позволяет в полной мере наслаждаться катанием и отдыхом. Трассы курортов проходят в основном выше отметки 1000 м над уровнем моря, где выпадает и сохраняется в течение сезона достаточное количество снега благодаря чуть более низким температурам. Такая теплая, комфортная погода схожа с погодой в европейских Альпах.

Таким образом комфортный климат в сочетании с высоким уровнем сервиса, разнообразием трасс и развитой инфраструктурой делают горнолыжные курорты Сочи одними из самых популярных мест для зимнего отдыха в России.

#### **Список литературы**

1. Официальный сайт «Красная Поляна» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://krasnayapolyanaresort.ru/krasnaya\\_polyana](https://krasnayapolyanaresort.ru/krasnaya_polyana) (дата доступа: 13.05.2022).
2. ТурСтат [Электронный ресурс]. Режим доступа: [topresortsrussiaoffseason](http://topresortsrussiaoffseason.ru) (дата доступа: 28.05.2022).
3. Global-weather [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://global-weather.ru/archive/sochi/> (дата доступа: 14.05.2022).

**Ю. В. Сопильняк**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: А. А. Коржанова

## ЭТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ЭКСКУРСОВОДА

Как и любая профессия, экскурсоведение представляет собой трудовой род деятельности, что требует от человека определенных знаний и навыков. Экскурсия сама по себе является процессом познания предметов и явлений мира, в котором мы живем. Руководителем такого процесса является квалифицированный специалист – экскурсовод, который владеет профессиональным мастерством.

Профессиональное мастерство экскурсовода чаще всего построено на следующем:

- активном использовании и умелом сочетании показа и рассказа;
- участии в процессе восприятия взаимодействия таких компонентов, как экскурсовод, экскурсант и экскурсионные объекты;
- применении методических приемов ведения экскурсии;
- владении специфическими умениями и навыками, которые принадлежат данной профессии.

Такое мастерство чаще всего перенимают у более опытных специалистов, а также у самих себя, в ходе практической деятельности.

Уровень мастерства экскурсовода зависит также от многих факторов, которые можно разделить на две группы:

I группа – это факторы, независимые от экскурсовода (уровень методической документации, отбор объектов показа, построение маршрута, содержание «портфеля экскурсовода»);

II группа – факторы, которые зависят от экскурсовода (его знания по теме, владение методикой, культура речи, умение установить общий контакт с группой, а также практические умения и профессиональные навыки).

Для того, чтобы выработать навык этикета – потребуется достаточно много времени и этому следует уделить большое внимание. Само понятие «этикет» означает установленный порядок поведения, внешнего проявления отношения к людям.

Основой этики экскурсовода всегда является донесение экскурсионной теории, которая определяет сущность экскурсии, а также формулирует закономерности и особенности экскурсии. Этическая культура экскурсовода реализуется посредством следующих функций: профессионально-регуляционной, социокультурной (этнокультурной), профессионально-коммуникативной.

Этические ценности также могут транслироваться во время проведения экскурсии через личный пример. Для формирования личной этической культуры, экскурсоводу необходимо изучить специальные программы по развитию этической компетентности. Для того, чтобы наиболее эффективно формировать профессиональную культуру будущих специалистов необходимо следующее: постоянное наблюдение за процессом преобразования их личностных и профессиональных качеств, объективная информация о результатах их работы. Сбор, обработка и анализ такой информации, которые дают возможность анализировать, оценивать и корректировать дальнейшую воспитательную и обучающую работу, составляют содержание мониторинга.

Формирование этикета личности экскурсовода происходит на всем пути становления экскурсоводом. Процесс становления этикета личности начинается задолго до поступления экскурсовода на работу в туристскую фирму, музей или выставку. Создание всесторонне и гармонически развитой личности происходит в течение всей жизни человека: во время учебы в школе, колледже или институте, в коллективе, где протекает его трудовая и общественная деятельность, в быту, на курсах подготовки экскурсоводов и в ходе взаимодействия с экскурсантами.

К обязательным качествам этикета личности относятся: оптимизм, жизнерадостность, бодрость, желание и умение видеть в окружающем хорошие стороны. Оптимизм экскурсовода

выражается в доброжелательности, приветливости, улыбке, внимании к людям, умении создать нужный настрой в коллективе экскурсантов, донести до окружающих праздничный дух своим присутствием, поднять плохое настроение экскурсантов, если в этом есть необходимость. Всему этому в немалой степени способствуют звучание рассказа (тон голоса экскурсовода), убежденность экскурсовода в пользе сообщаемых им знаний, владение чувством юмора, а также вера в успех проводимой экскурсии.

Таким образом, можно сделать вывод, что работа экскурсовода без этических навыков невозможна. Именно от них зависит то, как пройдет экскурсия и насколько останутся довольны экскурсанты.

#### **Список литературы**

1. *Гуляев В. Г.* Организация туристской деятельности: учебное пособие. М.: «Нолидж», 1996. 179 с.
2. *Емельянов Б. В.* Организация экскурсионной работы: методика, опыт. М.: Профиздат, 1984. 578 с.
3. *Емельянов Б. В.* Экскурсоведение: учебник. М.: ИНФРА, 2003. 596 с.
4. *Исаев И. Ф.* Профессионально-педагогическая культура преподавателя. М.: Академия, 2004. 176 с.

**В. О. Холоднова**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **РЕЙТИНГ НАДЕЖНОСТИ ТУРОПЕРАТОРОВ**

Огромное количество любителей увлекательного отдыха предпочитает проводить выходные и отпуска в путешествиях. Для кого-то поездки – это прекрасная возможность отлично провести время, а для некоторых туристическое хобби, которое полностью меняет стиль жизни. Чтобы избежать разочарований и обмана, необходимо знать о туроператоре, которому доверятся планирование отдыха. Также важно, чтобы компания отвечала показателям высокого уровня обслуживания и надежности.

Рейтинг надежности туроператоров составляется онлайн гипермаркетами туров на основе данных по основным критериям, которые влияют на надежность туроператора и его позицию на рынке туризма.

Например, онлайн гипермаркет туров Travelata.ru подготавливает рейтинг на основе данных по 10 основным критериям, а именно.

Количество направлений (в случае кризиса на одном из направлений туроператор может стабильно работать за счет других, если они есть).

Собственные принимающие компании (их наличие у туроператора гарантирует заселение туристов в отель даже в случае, если тур не был оплачен туроператором. К тому же, эти туроператоры могут зарабатывать на клиентах из других стран, что минимизирует их риски).

Отели на гарантии (туроператоры с прямыми оплаченными перед сезоном контрактами с отелями предлагают более выгодные цены, моментальное подтверждение брони и гарантию заезда туриста даже в случае банкротства туроператора).

Доля недовольных клиентов (большой процент претензий говорит о том, что туроператор не следит за качеством сервиса и, следовательно, фокусируется на быстром сборе прибыли, а не на долгосрочной работе на рынке).

Чей продукт предлагает туроператор? (компания-перекупщик чаще всего банкротится вслед за основной компанией, так как полностью зависит от 1-2 поставщиков. Также юридические отношения между туроператором перекупщиком, турагентом и туристом не всегда очень прозрачны, и в случае банкротства кого-либо из данной цепочки могут быть проблемы с возвратом средств от страховой компании).

Размер финансовых гарантий (в случае кризиса на одном из направлений туроператор может стабильно работать за счет других, если они есть).

Рейтинг надежности страховой компании туроператора (чем выше уровень страховой компании, тем меньше вероятность отзыва лицензии, что гарантирует, что туроператор будет постоянно застрахован).

Агентская сеть под брендом туроператора (чем больше у туроператора турагентств, работающих под его брендом, тем выше узнаваемость бренда у туристов и тем больший объем продаж проходит через канал продаж, которым можно управлять).

Принадлежность к крупному международному холдингу (в случае кризиса на одном из направлений туроператор может стабильно работать за счет других, если они есть).

Договоренности с авиакомпаниями (наличие собственных бортов или блоков мест дает гарантию полетной программы туроператора, также как и сотрудничество с большим числом авиакомпаний).

Цель рейтинга – привнести прозрачность в оценку работы туроператоров на основе открытых данных, без намерений предсказать банкротство определенных компаний. Данный обзор будет полезен всем путешественникам, для того чтобы посмотреть данные о работе крупных туроператоров.

Система подсчета: максимально возможная итоговая оценка туроператора по сумме всех критериев – 100 баллов.

Проанализируем, из чего складывается рейтинг туроператоров России.

Чтобы выбрать в Москве туроператора, которому можно доверять, необходимо оценить его профессиональный уровень. Потребуется выяснить, как долго компания находится на рынке, а также какие услуги она предоставляет.

В первую очередь следует определиться с понятием «крупнейший туроператор». Под «крупным» подразумевают туроператора, который владеет большими активами. Такая компания способна предложить своим клиентам множество разных направлений, относящихся к области зарубежного и отечественного туризма. Очень важно, чтобы количественные характеристики не влияли на качество предоставляемых услуг.

Далее, в обязательном порядке оценивается рейтинг надежности компании и продолжительность ее работы на рынке туруслуг. Ведь могут происходить ситуации, в которых клиенты, ориентируясь на описание тура по буклету, в реальности отправляясь туда, попадают в гораздо худшие условия. Люди оказываются обманутыми туроператором, который не выполнил обещаемые условия и вместо шикарного отдыха предоставил посредственные по качеству услуги.

Самый популярный отдых там, где есть большой наплыв туристов, то есть повышенный спрос на определенные услуги. Если предлагаемое направление весьма востребовано, тогда на нем стоит остановить свое внимание. Также следует проверить, какие предлагаются дополнительные услуги: получение визы, выдача страховки, бронирование мест в отелях. Можно ориентироваться на красочные рассказы друзей или воспользоваться интернетом и посмотреть на отзывы. Логично, что предпочтение необходимо отдавать той турфирме, у которой наибольшее число положительных оценок со стороны клиентов.

Таким образом, ориентируясь на критерии надежных туроператоров, можно избежать ошибок с выбором компании. Чтобы путешествие завершилось только приятными воспоминаниями и огромным количеством фотографий в ленте соц. сети, требуется тщательная подготовка и правильный выбор туроператора.

#### Список литературы

1. Федеральное агентство по туризму (официальный сайт). [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/>
2. Интернет-магазин туров. [Электронный ресурс]. URL: <https://travelata.ru/rating>

**М. Р. Хрусталеv**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: О. А. Мечковская

## ОЦЕНКА ЛЕЧЕБНО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТА КАШИН

Курорт Кашин основан в 1884 г. доктором медицины А. В. Алексеевским при активном содействии городского головы Н. И. Манухина.

Несколько столетий горожане и многие из тех, кто приходил в Кашине использовали минеральную воду местных «самородных ключей», целебная сила которых связана с покровительством Святой Анны Кашинской. Кашин, старейшая здравница Тверской области, имеет самые обширные в регионе природные лечебные ресурсы. Сегодня здесь активно применяются традиционные методы курортной терапии и новые медицинские технологии. Благодаря хорошим результатам лечения, удобному расположению и доступности санаторий пользуется популярностью у пациентов и отдыхающих.

Санаторий Кашин, старейшая здравница Тверской области, имеет самые обширные в регионе природные лечебные ресурсы. Сегодня здесь активно применяются традиционные методы курортной терапии и новые медицинские технологии. Благодаря хорошим результатам лечения, удобному расположению и доступности санаторий пользуется популярностью у пациентов и отдыхающих.

В советское время курорт расширился, укрепилась его материальная база. Во время Великой Отечественной войны здесь находился эвакуационный госпиталь. С 1949 по 1962 год на территории проводились геологические изыскания и буровые работы, в результате которых были открыты минеральные воды разнообразного солевого состава. Обновление гидроминеральной базы дало импульс дальнейшему развитию здравницы на предстоящие десятилетия.

Лечебно-рекреационные ресурсы курорта Кашин создают благоприятные возможности для организации различных видов бальнеотерапии. Для их оценки используется сводная таблица с различными характеристиками лечебных грязей и минеральных вод, которые в полной мере отражают различные критерии оценки данных рекреационных ресурсов (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка лечебно-рекреационных ресурсов курорта Кашин

| Параметры                         | Критерии   | Показатель   | Балл | Оценка параметров, балл/качество |
|-----------------------------------|--|--|------|----------------------------------|
| Состав                            | По преобладающему аниону<br>По преобладающему катиону<br>По содержанию газов<br>По содержанию биологически-активных микроэлементов | Отсутствует<br><br>Натриевая<br><br>Сульфидная<br>Углекислая | 2    | 2 – благоприятно                 |
| Минерализация                     | Степень минерализации  | Средней минерализации<br>6 г/л                               | 2    | 2 – относительно благоприятно    |
| Температура воды                  | Тип температуры  | Холодная +20 градусов  | 2    | 2 – относительно благоприятно    |
| Действия и назначения для лечения | По назначению  | Бальнеологическая и питьевая                                 | 3    | 2, 5 – благоприятно              |
|                                   | По действию  |  | 2    |                                  |

|              |                                   |   |   |                               |
|--------------|-----------------------------------|---|---|-------------------------------|
|              |                                   | Активизирует обменные процессы, лечит ишемию и язвы   |   |                               |
| Грязелечение | По близости месторождения         | Привозная   | 1 | 2 – относительно благоприятно |
|              | Показания                         | При болезнях органов пищеварения, проктологических заболеваний, болезнях периферической нервной системы, опорно-двигательного аппарата, гинекологические болезни, | 3 |                               |
|              | Состав                            | 3Пресноводный бессульфидный торф, или же торфяная грязь   | 2 |                               |
| Итого        | 10, 5 – относительно благоприятно |   |   |                               |

Составлено автором по [1, 2].

Данная сводная таблица составлена с использованием метода экспертной оценки и может не полностью отражать актуальное состояние бальнеотерапии на данном курорте. Оценка происходила по 3-х бальной системе, где 3 балла это наивысший балл, отражающий максимальную степень благоприятности использования данного ресурса для лечения и оздоровления, 2 – относительная степень и 1 – неблагоприятная.

Представленная выше таблица отражает большинство показателей которые показывают степень благоприятности минеральных вод и лечебных грязей курорта.

Первый параметр отражает число катионов и анионов, содержание газов и биологически-активных микроэлементов, что в свою очередь влияет на основные свойства вод – щелочность, соленость и жесткость. Степень минерализации – число солей в граммах содержащиеся в 1 литре воды. Остальные пункты таблицы дают информацию о действии на организм, типах применения и удаленности источников грязи относительно санатория.

В настоящее время в санатории используются два типа минеральных вод:

1) маломинерализованные (2,8 – 3,4 г/л) сульфатные натриево-магниевые-кальциевые воды для питья;

2) бромные хлоридные-натриевые рассолы с минерализацией 190 г/л и содержанием брома 0,440 – 0,560 г/л для ванн.

Для питьевого лечения используются 3 скважины:

№ 12 (глубина 110,4 м, эксплуатируется с 1949 г.)

№12-БИС (глубина 126,8 м, эксплуатируется с 1962 г.)

№ 18 (глубина 138,2 м, эксплуатируется с 1958 г.)

Основой эффективности лечения минеральной водой являются правильная методика и показания к назначению, которые в каждом случае строго индивидуальны. Применение систематических курсов питьевого лечения минеральной водой в сочетании с диетическим питанием дают хороший терапевтический эффект при вышеуказанных заболеваниях.

Прием минеральной воды с профилактической целью улучшает процессы пищеварения, нормализует обмен веществ и способствует коррекции пищевого рациона. В санатории Кашин минеральная вода используется при лечении заболеваний полости рта и глотки.

Лечебные грязи бальнеогрязевого курорта Кашин относятся к торфяным грязям: пресноводный бессульфидный торф. Используются для наружного и внутреннего грязелечения. Большое влияние оказывает территориальная удаленность источников грязи, что в свою очередь ограничивает спектр ее применения.

В заключении нужно подчеркнуть, что не смотря на высокий средний балл оценки лечебных грязей и минеральных вод курорта Кашин, прочие его услуги и качества обслуживания не позволят вам в полной мере попробовать на себе данные методы лечения и профилактики.

**Список литературы**

1. Проблемы экологии и лесного хозяйства Тверской области в 2005 году. Сборник-записка. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тверской области. Тверь, 2006. 276 с.
2. *Яковлева С. И.* Экологическая география Тверской области. Тверь, 1999. 64 с.



**М. Р. Хрусталеv**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: А. А. Коржанова

## **РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ЭКСКУРСИИ**

Речевая коммуникация имеет разные формы: монолог, диалог, спор, дискуссия и др. Чаще всего речь экскурсовода монологична. Однако важно сделать так, чтобы экскурсанты не были пассивными слушателями. Для этого используется методический прием «вопросов-ответов», прием создания дискуссионной ситуации. В первом случае экскурсовод задает вопрос аудитории по поводу показываемых объектов. Если вопрос оказывается слишком сложным, тогда экскурсовод сам отвечает на него, но прежде всего он заставляет экскурсантов задуматься. Во втором случае экскурсовод высказывает заведомо спорную мысль, которая вызывает дискуссию. Это помогает заменить монолог открытым диалогом, в котором экскурсовод, выслушав мнение 2—3-х экскурсантов, может сам сделать вывод, или подтвердить мнение того или иного экскурсанта. Специалисты-экскурсоведы дореволюционной школы (В. И. Адо, Н. П. Анциферов, И. М. Гревс) считали, что экскурсия целиком может иметь вид диалога или беседы, но ни в коем случае нельзя превращать экскурсию в лекцию с иллюстрациями. Любые формы диалога способствуют активизации мыслительной деятельности [1].

К видам устно-речевой коммуникации, используемой на экскурсии, относятся, во-первых, говорение, во-вторых, слушание. Чтобы говорение было эффективным, необходимо выполнение следующих условий – наличие коммуникативной направленности взаимодействия, знаний о предмете общения, понимание настроения и чувств собеседника, владение культурой речи. Выполнение этих условий зависит от квалификации экскурсовода. Экскурсовод должен уметь четко формулировать мысль, объединять смысловые части в единое речевое сообщение, устанавливать логику в рассказе, доводить мысль до конца, делать выводы, добиваться полного понимания со стороны слушателей, подбирать слова, соответствующие уровню подготовки экскурсантов.

Восприятие экскурсионной темы построено на звуковом и изобразительном ряде. Источником звукового ряда является экскурсовод, его речь. По отношению к экскурсантам он может выступать с позиций:

- информатора, который сообщает знания группе людей, рассказывая о каком-либо событии, явлении, не показывая к нему своего отношения, не разъясняя его сущности, причинно-следственных связей с другими событиями и явлениями;

- комментатора, который, сообщая о наблюдаемых объектах, событиях и явлениях, дает пояснения, называя причины, их вызвавшие;

- собеседника: показывая объекты, экскурсовод выступает в роли собеседника. Происходит заинтересованный разговор, в ходе которого учитывается реакция экскурсантов на излагаемый материал, используется вопросно-ответная форма изложения информации. Экскурсовод в связи с реакцией слушателей, их вопросами и репликами, может ввести в рассказ дополнительный материал;

- советчика: экскурсовод разъясняет увиденное и дает советы, как наблюдать объект, т.е. подводит экскурсантов к необходимым выводам;

- эмоционального лидера, который анализирует объекты и события, связанные с ними, дает оценку рассматриваемым проблемам, передает экскурсантам свою убежденность, помогает понять наблюдаемые объекты и явления.

Рассказ экскурсовода – образец внешней речи, задача которой воздействовать на сознание и фактические действия людей, передать им определенную информацию о конкретных объектах и добиться, чтобы эта информация получила правильное отражение в сознании экскурсантов. Передача знаний и отражение действительности – две основные функции языка. Первая функция языка в экскурсии – сообщение знаний, словесное выражение чувств в ходе общения с аудиторией. Сообщение на любую тему делится на две части: а) наименование объектов, из частей, исторических событий, природных явлений, отдельных действий людей, т.е. их словесное обозначение;

б) высказывание суждения об их сущности, значении, отношении к другим объектам, явлениям, действиям [2].

В речи экскурсовода недопустимо употребление стандартных фраз и слов, смысл которых уже давно стерся: «так сказать», «значит», «короче говоря». Важны и оттенки речи. Ее тон, например, должен быть несколько приподнятым на протяжении всей экскурсии.

Характер рассказа изменяется в зависимости от задач. Рассказ может носить повествовательный или реконструктивный характер. Повествование – это рассказ о каком-либо событии, описание его хода. Рассказчик дает слушателям представление о том, где и как происходили события. Повествовательный стиль изложения материала характерен для большинства экскурсий.

Реконструктивный рассказ ставит своей задачей восстановить перед мысленным взором слушателей тот или иной предмет в первоначальном виде (например, здание, не дошедшее до нашего времени). Руководя процессом восприятия, экскурсовод рекомендует экскурсантам увидеть и воспроизвести в своем сознании нарисованную им картину.

В речи экскурсовода основные положения излагаются медленнее, чем остальной материал. Материал, который развивает основные положения, излагается в быстром темпе.

К недостаткам речи относят чрезмерное употребление специальных терминов, иностранных слов, словесных штампов, канцелярских оборотов, длинных фраз, так как это вызывает раздражение слушателей, рассеивает их внимание.

Для экскурсовода важно иметь хорошую дикцию – четкое, ясное произношение слогов, слов и целых фраз. Недостатками речи являются шепелявость, гнусавость, вялость произношения, недоговаривание окончаний фраз и слов.

Работу над языком экскурсовод начинает с овладения техникой речи (дыхание, голос, дикция). Важно, чтобы дикция (манера произносить звуки и слова в речи) была ясной и отчетливой. Прежде всего нужно устранить неясности, неразборчивость речи, отработать произношение слов, которые с трудом воспринимаются экскурсантами. Затем обращается внимание на торопливость или замедленность произношения. Каждое слово, в том числе и слова иноязычного происхождения, а также имена и отчества должны звучать четко, быть понятными для экскурсантов.

#### **Список литературы**

1. Долженко Г. П. Экскурсионное дело: учебное пособие. М.: ИКЦ «МарТ», 2020.
2. Емельянов Б. В. Экскурсоведение: учебник. М.: Советский спорт, 2010.
3. Емельянов Б. В. Экскурсоведение: учебник. М.: ИНФРА, 2003.

**К. О. Чекрыгина**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолатор*

Научный руководитель: Е. П. Суходолова

## **ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УЧРЕЖДЕНИЯМИ КУЛЬТУРЫ**

Современное развитие культурно-досуговой деятельности и ее социальных институтов происходит на фоне многочисленных радикальных преобразований. Учреждения культуры оказались в совершенно новых условиях: недостаточность бюджетного планирования и финансирования, нестабильность меценатской и спонсорской поддержки, неизвестность и непредсказуемость реакции целевой аудитории, развитие коммерческого и частного секторов на рынке культурно-досугового спроса и др.

Сложившиеся обстоятельства поставили организации культурно-досуговой сферы перед необходимостью разработки более гибкого и действенного механизма управления качеством и его интеграции в систему корпоративного менеджмента. Приоритетными направлениями этого процесса являются ориентация на потребителя, понимание интересов целевой аудитории, быстрое реагирование на колебания рыночного спроса и создание соответствующих потребностям культурных благ.

Проблема оценки качества деятельности – одна из наиболее обсуждаемых и очень сложных тем, которая выступает как социальный, экономический, политический и общественный фактор развития социально-культурной сферы.

За понятием «качество культурных услуг» всегда стоит потребитель. Именно он определяет их ценность в соответствии с собственными желаниями. В широком смысле потребности получателей услуг и являются сигналом к активному приспособлению текущей и стратегической деятельности культурно-досуговой организации к изменяющимся требованиям рынка с целью создания конкурентоспособного культурного продукта.

В деятельности любой организации, действующей в условиях динамично изменяющегося внешнего окружения, неизменно наступает момент, когда текущее положение дел, определяющих ситуацию на целевом рынке, перестает соответствовать представлениям о желаемом корпоративном имидже. Успеха добиваются такие учреждения культуры, которые гибко адаптируются к факторам окружающей среды и предложат потребителям продукт на более выгодных, чем у конкурентов, условиях.

Кроме того, деятельность организаций культурно-досугового сектора характеризуется локальной монополией, поскольку во многих регионах значительная часть населения ограничена в возможности доступа к качественному культурному продукту, культурные организации функционируют в условиях полного отсутствия конкуренции, что в конечном счете не лучшим образом отражается на качестве предоставляемых ими услуг.

Ценовая политика как элемент общей стратегии качественного роста культурно-досугового учреждения определяется социальной направленностью его деятельности. Соответственно цена зависит от доступности услуги для потенциального потребителя. В основе установления цен – применение всевозможных бонусных скидок для различных сегментов рынка культурно-досуговых услуг, а также использование иных стимулов, позволяющих привлечь внимание потребителя к получаемым выгодам, которые он может извлечь. В сфере культуры цена складывается, например, из дифференциации цен по возрастному признаку (дети, школьники, студенты, пенсионеры) и по категориям посетителей (иностранцы и российские граждане, индивидуальные и групповые посещения). Уровень цены образуется в зависимости от времени посещения и популярности культурно-досуговой организации. Помимо этого, учреждения культуры применяют привилегии для спонсоров, меценатов, партнеров, друзей.

Для организаций коммерческого сектора уровень доходов определяется, прежде всего, потребительским спросом. В сфере культуры и смежных отраслях наблюдается обратная ситуация: как правило, расходы на предоставленную услугу не покрываются вырученными доходами. Из

этого следует, что организации культурно-досуговой сферы, выполняя свои социальные функции, не могут находиться на самофинансировании, им приходится изыскивать дополнительные финансовые ресурсы на покрытие намеченных расходов. Решая эту задачу, учреждениям культуры необходимо развивать коммерческие направления деятельности, например, открытие сувенирных киосков, магазинов, буфетов, финансовая оценка которых совпадает с анализом деятельности предприятий коммерческого сектора. Привлекая таким образом большую по объему аудиторию, культурно-досуговая организация использует дополнительный приток денежных средств для дальнейшего развития своей деятельности. В свою очередь, потребитель получит в обмен на денежные средства – духовные блага, эстетическое наслаждение и удовлетворенность потребностей в отдыхе.

Одна из особенностей рынка культурной отрасли – это неразрывность производства и потребления. Культурно-досуговая услуга – это продукт, который потребителю трудно понять и оценить до ее потребления. Потребитель не просто получает услугу, а подключается к ее производству в непосредственном контакте с тем, кто ее предоставляет.

Профессиональные знания, опыт работы, высокие стандарты обслуживания, фирменный стиль и действенная система контроля качества обслуживания определяют вероятность повторения услуги. Далее совершается собственно получение услуги: посещение театров и кинотеатров, отдых на клубных вечеринках, экскурсии в музеи и т. п. На этом этапе возникает определенное отношение потребителя к характеристикам данных услуг (место и время оказания услуги, качество, стоимость, условия реализации и многое другое), а в итоге удовлетворенность или неудовлетворенность услугой.

Постоянной целью культурной организации должно быть непрерывное совершенствование процесса мониторинга мнений получателей услуги как до ее потребления, так и после. Предметом систематического мониторинга и регулярной оценки становится не только круг культурных предпочтений граждан, а также и степень удовлетворенности гражданами качеством и доступностью культурно-досуговых услуг.

Отсутствие исчерпывающей информации для оценки удовлетворенности потребителя качеством самой услуги неминуемо приводит к неоправданным потерям значимой части аудитории досугового учреждения и существенному ослаблению его конкурентного потенциала.

Связующим звеном выстраиваемой цепочки «от производителя культурных благ к их потребителю» являются маркетинговые коммуникации. В пространстве современных маркетинговых коммуникаций активно формируется потребительское поведение, которое определяется выбором получателя культурных услуг с учетом признания им преимущества одних благ по сравнению с другими. Основными факторами, оказывающими влияние на потребительское поведение, выступает набор культурных ценностей, личностных убеждений и социальных стереотипов, оказывающих влияние на мнение потребителя, с одной стороны, и его уровнем доходов – с другой.

Концепция управления качеством услуг как фактор корпоративной стратегии развития организации культуры призвана объединить начинания, связанные с привлечением современных коммуникационных технологий, их разновидностей и форм эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями.

#### Список литературы

1. *Данько Т. П.* Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: учебник. М.: ИНФРА-М, 2014. 416 с.
2. *Евменов А. Д., Данилов П. В.* Проблемы и перспективы инновационного развития сферы культуры // Экономика качества. 2013. № 3. С. 59–63.
3. *Коленько С. Г.* Менеджмент в социально-культурной сфере: учебник. М.: Юрайт, 2016. 370 с.
4. *Котлер Ф, Келлер К. Л.* Маркетинг. Менеджмент: учебник. СПб.: Питер, 2012. 814 с.
5. *Слонимская М. А., Яшева Г. А.* Маркетинг услуг: учеб. пособие. Витебск: ВГТУ, 2014. 222 с.
6. *Тихомиров В. П., Данченко Л. А., Тихомирова Н. В.* Маркетинг в социальных медиа: интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2013. 288 с.

**О. О. Юлина**

*Гжельский государственный университет Московская область, пос. Электроизолятор*  
Научный руководитель: О. А. Мечковская

## **СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТУРФИРМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Как известно, менеджмент любого предприятия включает два основных аспекта. Первый аспект – определение целей фирмы. Разрабатываются мероприятия по их осуществлению и, соответственно, контролируется результат. В этом аспекте менеджмент направлен на решение материально-логических задач, организацию событий на предприятии и управление ими.

Второй аспект — это руководство предприятием, а, следовательно, и управление людьми. Удовлетворение потребностей сотрудников фирмы – одна из важнейших целей, залог эффективной ее работы. Успехи в этом деле обеспечивают функционирование предприятия, а также жизненные потребности его сотрудников [1].

Стратегическое управление персоналом – это управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе.

Цель стратегического управления персоналом – обеспечить скоординированное и адекватное состояние внешней и внутренней среды формирование трудового потенциала организации в расчете на предстоящий длительный период [2].

Стратегическое управление персоналом позволяет решать следующие задачи: обеспечение организации необходимым трудовым потенциалом в соответствии с ее стратегией; формирование внутренней среды организации таким образом, что внутриорганизационная культура, ценностные ориентации, приоритеты в потребностях создают условия и стимулируют воспроизводство и реализацию трудового потенциала и самого стратегического управления; исходя из установок стратегического управления и формируемых им конечных продуктов деятельности можно решать проблемы, связанные с функциональными организационными структурами управления, в том числе у управления персоналом. Методы стратегического управления позволяют развивать и поддерживать гибкость оргструктур; возможность разрешения противоречий в вопросах централизации/децентрализации у управления персоналом. Одна из основ стратегического управления – разграничение полномочий и задач как с точки зрения их соответствия стратегии, так и иерархического уровня их исполнения. Применение принципов стратегического управления в управлении персоналом означает концентрацию вопросов стратегического характера в службах управления персоналом и делегирование части оперативно-тактических полномочий в ведение функциональных и производственных подразделений организации [3].

Субъектом стратегического управления персоналом выступает служба управления персоналом организации и вовлеченные по роду деятельности высшие линейные и функциональные руководители.

Объектами стратегического управления персоналом являются: совокупный трудовой потенциал организации, динамика его развития, структуры и целевые взаимосвязи, политика в отношении персонала, а также технологии и методы управления, основанные на принципах стратегического управления, управления персоналом и стратегического управления персоналом [4].

Однако технологии стратегического управления персоналом пока еще недостаточно разработаны, что является одной из причин возникновения проблем системы управления персоналом.

К таким проблемам относятся:

- 1) появление дефицитных видов профессий и в связи с этим сложности с наймом необходимых работников;
- 2) рост цен на услуги образовательных и консультационных учреждений;

3) переход на новые виды деятельности, достаточно быстрая смена технологий производства и услуг, необходимость увольнения по этим причинам части персонала.

4) отсутствие финансовых ресурсов и резкое сокращение численности персонала в кризисных условиях;

5) невозможность долгосрочного планирования численности и структуры работников в связи с неопределенностью при формировании «портфеля» заказов.

Исходя из этого все функции системы управления персоналом можно сгруппировать по следующим трем направлениям:

- 1) обеспечение организации трудовым потенциалом;
- 2) развитие трудового потенциала;
- 3) реализация трудового потенциала.

Стратегия управления персоналом может быть как подчиненной по отношению к стратегии организации в целом, так и совмещенной с ней, представляющей единое целое. Но и в том, и в другом случае стратегия управления персоналом ориентируется на конкретный тип корпоративной или деловой стратегии (бизнес-стратегии) [5].

Объектов исследования выбрана туристическая фирма «Прайм-Вояж». Изучив состояние системы стратегического управления персоналом и стратегического планирования, сделаны выводы из SWOT-анализа, были определены основные цели турфирмы на долгосрочное развитие.

Разработанная стратегия управления персоналом турфирмы заключалась в следующем:

- планирование работ по новым направлениям в туризме;
- совершенствование организационной структуры управления за счет расширения штата необходимых сотрудников;
- повышение эффективности реализации туров;
- повышение конкурентоспособности представленных услуг [6, 7].

#### Список литературы

1. Понятие стратегического управления. [Электронный ресурс]. URL: <https://center-yf.ru/data/Menedzheru/Ponyatie-strategicheskogo-upravleniya.php>
2. Бакеева И. П. Инновационная организационная структура // Инженерный вестник Дона. 2014. Т. 28. № 1. С. 62.
3. Андреев В. Н. Базовые и связующие функции стратегического управления развитием региона // Журнал «Российское предпринимательство». 2012. №22(220). С. 162.
4. Горяева Е. Д. Стратегическое управление как основа развития предприятий индустрии гостеприимства и туризма на современном этапе // Журнал «Проблемы современной экономики». 2015. №3(55). С. 336.
5. Понятие стратегического управления. [Электронный ресурс]. URL: <https://center-yf.ru/data/Menedzheru/Ponyatie-strategicheskogo-upravleniya.php>
6. Общество с ограниченной ответственностью «Прайм-Вояж»(официальный сайт), [Электронный ресурс]: URL: [www.prime-voyage.ru](http://www.prime-voyage.ru) (дата обращения 15.01.2021).
7. Общество с ограниченной ответственностью «Прайм-Вояж» (социальная сеть ВКонтакте ООО «Прайм-Вояж»). [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/club50584457>(дата обращения 15.01.2021).

**В. С. Яковлева**

*Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор*

Научный руководитель: Т. В. Рейстерман

## **ИДЕЯ РАЗРАБОТКИ ТВОРЧЕСКОЙ ЭКСКУРСИИ ПО МУЗЕЮ ПАСТИЛЫ В ГОРОДЕ КОЛОМНА**

Коломна – старинный город Подмосковья, центр православной Руси. Был основан во второй половине XII века. У Коломны интересная версия о происхождении названия, которая основана на ее местоположении. Ока – извилистая, «ломаная». Следует название: Ока ломаная – Коломна.

Город расположен от Москвы в 115 км. Один из главных культурных и духовных центров Подмосковья, который привлекает туристов интересными музеями, великолепными пейзажами и сохранившимися памятниками истории и архитектуры. В городе множество различных достопримечательностей, но среди всех особое место занимает сохранившийся Коломенский Кремль.

В городе Коломна много туристов. Сюда часто приезжают москвичи, в летнее время многие любят приезжать отдохнуть в окрестностях древнейшего города.

Коломна разделена на несколько районов, которые жители распознают по-своему. Районы, которые расположены на правом берегу Оки – называют Щурово. Голутвин – считается центральным районом города Коломна. Колычево – самый молодой и самый крупный район. Еще один район Коломны – историческая его часть, в народе называемая «Старым городом». Такое название район получил, так как является основополагающей частью города, «сердцем» Коломны [1].

В этом районе расположено наибольшее количество различных достопримечательностей, в том числе и музеев.

Среди местных достопримечательностей, особой популярностью пользуется музей «Коломенской пастилы», открытый в 2009 году во флигеле старинной купеческой усадьбы Сурановых, на территории которой располагалась фабрика. История этого места насчитывает восемь столетий. Сейчас эта фабрика восстановлена и угощает очень вкусной пастилой во время посещения музея [2].

Коломна давно прославилась своими яблоневыми садами. Для того, чтобы сохранить урожай, жители варили смесь из фруктового пюре с сахаром, так называемую пастилу. Позже начали использовать другие фрукты и ягоды. Получившийся продукт был абсолютно натуральным. Именно этот факт одушевил жителей Коломны создать музей пастилы [3, с. 155]. Мечтой создателей музея было не просто рассказать об истории известного лакомства, но и передать аромат эпохи, сделать посетителей участниками театрализованного представления.

Этот замечательный музей пользуется славой среди туристов, так как все они не прочь отведать настоящей коломенской пастилы, которая изготавливается из яблок и различных ягод с местных садов [4].

Всем туристам хотелось бы самим окунуться в процесс приготовления и почувствовать себя настоящими изготовителями пастилы.

Для привлечения наибольшего количества туристов и продвижения работы музея, можно разработать творческую экскурсию, связанную с изготовлением натурального продукта.

Данная экскурсия будет состоять из нескольких этапов. Первый этап – встреча туристов, разделение на несколько групп (у каждой группы будет свой руководитель). Далее туристов пригласят в зал, где они рассядутся на стулья, их вниманию представится небольшое театрализованное представление о создании и истории музея пастилы. Данное театрализованное шоу представляет собой небольшую разыгранную сценку, в которой работники музея при помощи костюмов и декораций покажут, как зарождалась история музея, с чего все началось и что происходит сейчас.

Следующий этап – это производство. Группа туристов будет приглашена в цеха, где и изготавливают эту чудесную сладость. Им покажут, как правильно чистить яблоки и как взбивать

пастилу, туристы смогут сами попробовать изготовить пастилу, чтобы погрузиться в эту прекрасную атмосферу, им даже представится возможность выбрать, из каких ягод будут замешивать начальную смесь для пастилы. Это может быть черника, малина, брусника, клюква и т.д.

Далее – это кухня. Там работники продемонстрируют, как разливать и сушить пастилу, туристы смогут попробовать сделать это сами.

Не менее важный, самый интересный и увлекательный этап – это мастер-класс. Туристы рассядутся за столы, у них будет замечательная возможность самим упаковать пастилу. Для этого они будут выбирать упаковку, складывать ее, потом брать любую им понравившуюся пастилу и упаковывать, в конце можно будет перевязать ленточкой. Эту пастилу туристы смогут забрать себе.

Завершением экскурсии будет самая приятная и сладкая часть – это дегустация и чаепитие. Предполагается, что посетители смогут попробовать самые разные сорта пастилы.

Идея создания творческой экскурсии в Музее пастилы позволит разработать новую, нестандартную для него экскурсию, которая откроет возможность туристам погрузиться в процесс приготовления исторической сладости «пастила», попробовать ее на вкус и даже увезти с собой, чтобы угостить родственников и друзей, поделиться полученными знаниями ее приготовления.

Для Музея пастилы творческая экскурсия позволит разнообразить перечень экскурсионного сервиса, увеличить количество посетителей и даровать им старинные рецепты коломенской сладости.

#### Список литературы

1. Павлова Н. Коломенская пастила // Лаборатория фантастики [Электронный ресурс] / Павлова, Н. 2022. URL: <https://fantlab.ru/work1331809>

2. Познавательные путешествия / Музейная фабрика пастилы в Коломне [Электронный ресурс]. URL: <https://travelask.ru/russia/kolomna/muzey-pastily>

3. Угрюмова С. Д., Ткаченко Т. И. Курсовое проектирование «Процессы и аппараты пищевых производств». Учебное пособие. В.: Дальрыбвтуз, 2007. 155 с.

4. Ширяев Е. История коломенской пастилы [Электронный ресурс]. URL: <http://nb-forum.ru/interview/symply-said/kolomenskaya-pastila-vkus>



**А. И. Янкович**

*Российский новый университет, г. Москва*

Научный руководитель: Н. С. Морозова

## **КРЫМ КАК КИНОТУРИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР**

Цель развития культуры состоит в удовлетворении духовных, исторических, образовательных потребностей человека, сохранение и развитие своей культурно-национальной самобытности.

Кинотуризм относится к культурно-познавательному туризму. К основным видам кинотуризма можно отнести: паломнический кинотуризм, звездный кинотуризм, ностальгический кинотуризм, посещение киностудий и тематических парков.

Из всех направлений богатыми объектами ресурсной базы кинотуризма, таких как Москва, Санкт-Петербург, Кострома, Суздаль, можно отдельно выделить Крым.

Крым можно по праву назвать самой большой киностудией под открытым небом. Он уникален в первую очередь по своим природным особенностям: море, горы, степи, сосновые и буковые леса, каньоны, скальные образования, тоннели и гроты, бухты. Кроме этого, здесь, на небольшой площади расположены замки, остатки античных городов, средневековые крепости, пещерные города, монастыри, мечети, отели, санатории – все это помогает создать декорации к фильмам практически любой тематики. Кинематографисты уже более 100 лет приезжают сюда за различными ландшафтами. Здесь снимали Сибирскую тайгу, американскую Амазонку, мусульманский Восток, пустыни и тропики, средиземноморье и даже фантастические планеты.

Почти вековую историю насчитывает Ялтинская киностудия. В советское время ее называли кинофабрикой. Здесь выпускались лучшие фильмы, которые впоследствии стали достоянием отечественной кинематографии.

Фильм А. Ханжонкова и В. Гончарова «Оборона Севастополя», поставленный в 1911 году стал первым масштабным фильмом, снятым в Крыму. На премьере в Ливадии в ноябре 1911 года присутствовал Император Николай II [2]. Ее создатели были удостоены высоких государственных наград (орден Станислава II степени получил А. Ханжонков, а режиссер В. Гончаров золотую медаль за усердие).

1960-1980 годы XX века – наиболее плодотворный период для Крымского кино. Весь Крым превратился в большую съемочную площадку. За 20 лет здесь было снято 70 фильмов [3]. «Алые паруса», «Всадник без головы», «Обыкновенно чудо», «Мио, мой Мио», «Синяя птица», «Волшебная лампа Алладина», «Иван Васильевич меняет профессию», «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика», «Земля Санникова», «Человек-амфибия», «Три плюс два» - эти фильмы стали легендами.

Казалось, мечта о русском Голливуде вот-вот станет реальностью, но начавшаяся перестройка и последующий развал СССР в корне изменили ситуацию.

Тем не менее, Крым кинематографический не утратил своей привлекательности.

Рядом с отелем «Ореанда» (гостиница 1907 года, место съемок культового фильма «Асса») расположен парусник, который можно увидеть в таких фильмах, как «Робинзон Крузо», «Остров сокровищ», «Дикое дыхание». Парусник носит название «Испаньола», в нем располагается одно из самых модных кафе города. Официанты, переодетые в пиратов подают блюда крымской, татарской, русской и украинской кухни [4].

Гордость Крыма – уникальный кинопарк, созданный при помощи декораций к фильму «Викинг» (режиссер Андрей Кравчук, 2016 год). Парк в подробностях показывает средневековую деревню, в нем можно ознакомиться с гончарным, стекольным, ювелирным и другими средневековыми ремеслами. Также, можно самому сделать сувенир или купить на рыночной площади. На территории парка есть ресторан, можно брать прокат исторические костюмы, участвовать в интерактивной вечерней программе со съемкой кино, фуршетом и другими развлечениями [1].

В Таблице 1 выделены значимые достопримечательности полуострова и фильмы, в которых они были запечатлены.

Таблица 1 – Основные достопримечательности Крыма, запечатленные в кинолентах

| Достопримечательность          | Фильмы  |
|--------------------------------|---|
| Ханский дворец (г. Бахчисарай) | «Али-Баба и сорок разбойников», «Спецназ», «Роксолана», «Бегущая по волнам», «Сильнее огня», «Варвар», «На броневике – на свадьбу, а на лимузине – по реке», «Маленькая принцесса»  |
| Эски-Кермен (г. Бахчисарай)    | «Звезда и смерть Хоакина Мурьеты», «Нога», «Финист – Ясный сокол», «Шапито-шоу», «9 рота»   |
| Древний Херсонес               | «Новые приключения капитана Врунгеля»(1978 г.), «Комедия ошибок», «Черная пантера и белый медведь», «Любовь на острове смерти», «Веселая хроника опасного приключения», «Сафо», «Черный монах», «Приключения Буратино», «Отель Эдем», «Приключения в Тридесятом царстве», «Сказка о царе Солтане», «Чичерин», «Город под водой», «Херсонес Таврический», «Рассказы моря», «Великий древний город» и многие другие |
| Балаклава                      | «Водитель для Веры», «Сафо», «Пираты 20 века», «Танкер Танго», «Дикари», «Человек-амфибия», «Одинокое плавание», «Марс», «72 метра», «9 рота», «Жесть», «Бегущая по волнам», «Бухта пропавших дайверов», «Диверсант. Конец войны», «Пассажирка», сериал «Улыбка Пересмешника», «На крыльях», «Таймур и Шафика» – египетская версия «Ромео и Джульетта»  |
| Ласпинская бухта               | «Человек-амфибия», «Приключения в тридесятом царстве», «Дикари»   |
| Воронцовский дворец            | «Обыкновенное чудо», «Сердца трех», «Второй фронт», «Узник замка Иф», «Гамлет», «Алые паруса», «Д’артаньян и три мушкетера», «Путешествие пана Кляксы», «Безумный день или женитьба Фигаро», «Сафо», «Исповедь Дон Жуана», «Академия пана Кляксы», «Исаев», «Дневной представитель», «Маленькая принцесса», «Небесные ласточки», «Наполеон капут», «Праздник святого Йоргена»                                     |
| Канатная дорога на холм Дарсан | Здесь велись съемки фильма «Асса»   |
| Ласточкино гнездо              | «Десять негрятят», «Академия пана Кляксы», «Путешествие пана Кляксы», «Синяя птица», «Мио, мой Мио», «Зимнее танго», «Гамлет XXI век»   |

#### Список литературы

1. Интерактивный парк «Викинг» [Электронный ресурс]/ ООО «Культурно-исторический центр «Викинг». Москва: ООО «КИЦ «Викинг», 2017. URL: <https://viking-crimea.com/> (дата обращения 16.05.2021).
2. *Макеева И.* День 26 ноября в истории // Парламентская газета.2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pnp.ru/social/den-26-noyabrya-v-istorii-5.html> (дата обращения 16.05.2021).
3. *Малышев В.* Крым – русский Голливуд // Живая история. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://lhistory.ru/statyi/krym-russkij-gollivud> (дата обращения 16.05.2021).
4. Шхуна «Эспаньола» в Ялте [Электронный ресурс] //Ялта – Город Счастья. [Электронный ресурс]. URL: <https://krym-yalta.ru/shkhuna-espanola-yalta.html> (дата обращения 16.05.2021).