

КУЛЬТУРОСООБРАЗНЫЕ ПРАКТИКИ

Научная статья
УДК 008: 304.2+379.81
DOI: 10.20323/1813-145X-2022-3-126-196-203
EDN: KHADPN

Культурно-массовые мероприятия в современном учреждении культуры (на примере Хабаровского края)

Екатерина Александровна Щелкина

Старший преподаватель кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников, аспирантка кафедры культурологии и музеологии ФГБОУ ВО «Хабаровский государственный институт культуры». 680045, г. Хабаровск, ул. Краснореченская, д. 112
ekate-min@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5982-3584>

Аннотация. В статье рассматривается проблема сохранения и распространения культурных ценностей в ходе деятельности современных учреждений культуры. Проведен анализ состояния сферы культуры Хабаровского края на основе публикаций современных авторов, изучены федеральные и региональные нормативно-правовые акты и меры поддержки учреждений культуры.

В качестве основного материала анализа рассматривается деятельность краевого государственного автономного учреждения культуры «Краевое научно-образовательное творческое объединение культуры» Хабаровского края за последние пять лет; проводится сравнительный анализ данных из годовых отчетов учреждения, определяется взаимосвязь количества проводимых мероприятий, числа участников, а также среднего числа человек, участвующих в одном мероприятии.

Картина культурной жизни общества, описанная в работе, имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Автор рассматривает факторы, влияющие на привлекательность деятельности учреждений культуры, необходимые для создания современных проектов, способных удовлетворить растущие и изменяющиеся культурные запросы и нужды населения региона. При проведении исследования особое внимание уделяется теоретическим и практическим аспектам деятельности учреждений культуры, немаловажным является вопрос развития личных профессионально значимых качеств сотрудников учреждений культуры.

Определенные в ходе исследования методы работы могут применяться в практической деятельности учреждений культуры с целью оптимизации процесса создания и проведения культурно-массовых мероприятий, а также осуществления иной деятельности, в результате которой сохраняются, создаются, распространяются и осваиваются культурные ценности.

Ключевые слова: культурная политика; культурные ценности; этнокультурная идентичность; традиции; Дом народного творчества; брендинг; искусство; культура

Для цитирования: Щелкина Е. А. Культурно-массовые мероприятия в современном учреждении культуры (на примере Хабаровского края) // Ярославский педагогический вестник. 2022. № 3 (126). С. 196-203.
<http://dx.doi.org/10.20323/1813-145X-2022-3-126-196-203>. <https://elibrary.ru/khadpn>

CULTURE CONFORMABLE PRACTICES

Original article

Cultural events in a modern cultural institution (by the example of the Khabarovsk region)

Ekaterina Aleksandrovna Shchelkina

Senior lecturer of department of directing theatrical performances and holidays, post-graduate student of department of culturology and museology, FSBEI HE «Khabarovsk state institute of culture». 680045, Khabarovsk, Krasnorchenskaya st., 112
ekate-min@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5982-3584>

Abstract. The article deals with the problem of preserving and disseminating cultural values during the activities of modern cultural institutions. It analyses the state of the cultural sector in the Khabarovsk Territory on the basis of publi-

cations by contemporary authors, and examines federal and regional regulations and support measures for cultural institutions.

As the main material for the analysis we consider the activities of Khabarovsk Regional State Autonomous Cultural Institution «Regional Scientific and Educational Creative Association of Culture» over the past five years, conduct a comparative analysis of data from the institution's annual reports, determine the relationship between the number of events held, the number of participants, as well as the average number of people per event.

The picture of the cultural life of society described in the work has both positive and negative sides. The author considers the factors influencing the attractiveness of the activities of cultural institutions, necessary for creating modern projects, capable of meeting the growing and changing cultural demands and needs of the population of the region. The study pays particular attention to the theoretical and practical aspects of the activities of cultural institutions, and the question of developing the personal professional qualities of the employees of cultural institutions is of no small importance.

The working methods identified in the study can be applied in the practical work of cultural institutions in order to optimize the process of creating and running cultural events, as well as other activities that result in the preservation, creation, dissemination and appropriation of cultural values.

Keywords: cultural policy; cultural values; ethno-cultural identity; traditions; House of Folk Art; branding; art; culture

For citation: Shchelkina E. A. Cultural events in a modern cultural institution (by the example of the Khabarovsk region). *Yaroslavl pedagogical bulletin*. 2022;(3): 196-203. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/1813-145X-2022-3-126-196-203>. <https://elibrary.ru/khadpn>

Введение

В современном российском обществе не перестает быть актуальной проблема сохранения и распространения культурных ценностей. Практически каждое исследование на данную тему начинается с констатации факта утраты духовных и нравственных идеалов, проблемы этнокультурной идентичности населения. «В настоящее время состояние духовно-нравственного поля российского общества оценивается как критическое» [Яцуляк, 2020], «идентичность превращается в продукт воображения, искусственную конструкцию» [Лисенкова, 2016, с. 29].

Изменения в культурной сфере с каждым годом становятся все очевиднее, причем не только в России. Немало современных зарубежных авторов проводят оценку состояния мирового культурного наследия, которое характеризуется тенденцией к глобализации, позволяющей повысить мобильность и индивидуальную подверженность различным культурам, но в то же время ставит под угрозу сохранение своей уникальности [Ćosović, 2020, с. 9], трансформацией культурных ценностей в экономические предпочтения [Throsby, 2021, с. 334], а также возникновением феномена «аддитивной аккультурации» [Csoba, 2019, с. 145].

Мир изменяется, вместе с ним меняется и общество, «глобальные тренды и процессы “взрывают” традиционные культурные и социальные системы» [Храпов, 2019, с. 126]. Глобализация и цифровизация, затрагивая все сферы жизни, диктуют необходимость создания новых форм взаимодействия с населением, к которым современ-

ные учреждения культуры оказались не готовы. По мнению кандидата философских наук Н. А. Мулиной, цифровизация коренным образом меняет не только технологический уклад, но и сами устои общества, обуславливая как положительные, так и негативные последствия для последнего [Мулина, 2020].

Сохранение культурных ценностей является одним из приоритетных направлений развития государственной культурной политики Российской Федерации. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» культура возведена в ранг национальных приоритетов и признана важнейшим фактором роста качества жизни и гармонизации общественных отношений, гарантом сохранения единого культурного пространства и территориальной целостности Российской Федерации. Укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей, сохранение культурного и исторического наследия народа России также входит в «Стратегию национальной безопасности Российской Федерации», утвержденную Указом Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400, что говорит о высоком уровне озабоченности данным вопросом в высших государственных инстанциях [Правительство РФ, 2022].

Особое место в создании качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры, реализации творческого потенциала нации и формирования информационного пространства в сфере культуры занимает реализуемый с 1 января 2019 г. Национальный проект «Культура». В его

структуру входят три федеральных проекта: «Культурная среда», «Творческие люди» и «Цифровая культура». По словам Президента РФ В. В. Путина, «национальная программа в сфере культуры должна получить сильное региональное измерение, стимулировать повышение качества и разнообразие культурной жизни в малых городах и поселках страны» [Министерство культуры, 2022].

По всей стране учреждения культуры осуществляют творческую и методическую деятельность, ежегодно реализуется большое количество культурных проектов, но соответствуют ли они потребностям современного зрителя? С другой стороны, может ли продукт, отвечающий спросу населения, соответствовать задачам, поставленным Государственным заданием учреждению?

Для того чтобы разобраться в этих вопросах, рассмотрим в качестве примера Краевое государственное автономное учреждение культуры «Краевое научно-образовательное объединение культуры» Хабаровского края. В его состав входят Дом народного творчества, отдел по организации концертов и зрелищных программ, отдел технического обеспечения мероприятий, Центр национальной культуры, учебно-методический центр и бюджетно-правовые отделы [КГАУК «КНОТОК», 2022].

В статье автор проведет анализ основного вида деятельности КГАУК «КНОТОК» Хабаровского края за последние пять лет с целью разобраться в поставленных вопросах, а также определить возможные направления развития деятельности подобных учреждений.

Методы исследования

Решение поставленных задач предполагало выбор инструментария, необходимого для проведения исследования. Методология исследования носила комплексный характер и включала в себя сравнительно-исторический метод, позволяющий выявить факторы внешней среды, способствующие формированию культурных явлений или ви-

доизменившие их (Г. Д. Гачев, А. А. Потебня, Э. Тейлор) и структурно-функциональный метод, рассматривающий культуру как системно-организованную целостность, в которой каждый элемент имеет функциональное значение (А. Рэдклифф-Браун, В. Я. Пропп). Также имели место анализ и синтез (годовых отчетов КГАУК «КНОТОК»), наблюдение, количественная и качественная обработка данных.

Результаты исследования

«Краевое научно-образовательное творческое объединение культуры» является координирующим и методическим центром на территории Хабаровского края. Его деятельность регламентируется не только федеральными, но и краевыми законодательными актами, одним из которых является государственная программа «Культура Хабаровского края», утвержденная постановлением Правительства края от 20.02.2020 г., № 52-пр. Цель программы — удовлетворение растущих и изменяющихся культурных запросов и нужд населения края, задачи — сохранение культурного наследия и расширение доступа граждан к культурным ценностям и информации; поддержка и развитие художественно-творческой деятельности; укрепление регионального потенциала отрасли [Правительство Хабаровского края, 2022].

Основной вид деятельности «Краевого научно-образовательного творческого объединения культуры» — это организация и проведение культурно-массовых мероприятий, а также иная деятельность, в результате которой сохраняются, создаются, распространяются и осваиваются культурные ценности. В отчетах о выполнении государственного задания КГАУК «КНОТОК» за последние пять лет (Часть 1 «Сведения об оказываемых услугах», Раздел 1 «Организация и проведение мероприятий», пункты 3.1. и 3.2.) приводятся сведения о фактическом достижении показателей, характеризующих качество государственной услуги. Сравним полученные данные, поместив их в Таблицу 1.

Таблица 1

Анализ данных п. 3.1. и 3.2. первой части первого раздела годовых отчетов о выполнении государственного задания КГАУК «КНОТОК»

Отчетный период	Количество проведенных мероприятий		Количество участников (человек)	
	Утверждено в государственном задании на год	Исполнено на отчетную дату	Утверждено в государственном задании на год	Исполнено на отчетную дату
2017	70	70	24 000	29 799
2018	60	60	41 040	42 676
2019	41	41	15 750	16 499
2020	49	49	18 100	12 602
2021	39	39	19 005	18 250

Исходя из данных, указанных в таблице, на протяжении пяти последних лет количество проведенных мероприятий полностью соответствует количеству, указанному в государственном задании. Вместе с тем наблюдается постепенное сокращение количества мероприятий в самом задании. Что касается количества участников, здесь в период с 2017 по 2019 г. было зафиксировано превышение утвержденного количества, однако начиная с 2020 г. количество участников становится меньше заявленного в государственном задании показателя. Сравнивая полученные данные, можно сделать вывод, что происходит не только снижение количества мероприятий, проводимых с целью сохранения и распространения культурных ценностей, но и снижение спроса и уровня заинтересованности населения в проводимых мероприятиях.

После проведения сравнительного анализа данных годовых отчетов о выполнении государственного задания КГАУК «КНОТОК» автор данной работы приступил к изучению процесса организации массовых мероприятий с целью определения факторов, влияющих на привлекательность деятельности учреждения культуры. Применяя структуралистскую точку зрения, необходимо изучать все эти факторы не абстрактно и не изолированно, а в «прямом и косвенном взаимодействии с социальной структурой» [Рэдклифф-Браун, 2001, с. 227].

Первый выделенный фактор — проблема осведомленности. Несмотря на существующие способы проведения рекламных кампаний о проведении культурно-массовых мероприятий становится известно широкому кругу лиц лишь после их проведения. Средства массовой информации чаще всего публикуют только заметки о прошедшем событии. В КГАУК «КНОТОК» основными средствами рекламы являются печатная продукция (афиши, билборды) и анонс предстоящих событий на сайте учреждения. Данных ресурсов оказывается недостаточно для привлечения большого количества зрителей, в результате в зале присутствуют в основном родственники и друзья участников. Необходимо выводить рекламную кампанию на новый уровень, искать новые подходы и художественные средства, реклама должна быть выразительной и оригинальной [Былков, 2019].

С этим фактором связан следующий — доступность массовых мероприятий широкому кругу лиц. При хорошо организованной рекламе количество желающих посетить мероприятие возрастает в разы, и нужно сопоставлять желания и возможности организаторов по наполнению зри-

тельного зала. Не имеет смысла давать широкую рекламу мероприятию, которое проходит в небольших, камерных залах, способных вместить ограниченное количество участников. И наоборот, следует уделять больше внимания рекламе мероприятий, проходящих на открытом воздухе (в парках, на площадях, на улицах города) и в крупных спортивно-зрелищных комплексах (стадионах, манежах). Например, в Хабаровском краевом парке им. Н. Н. Муравьева-Амурского КГАУК «КНОТОК» проводит Краевой фестиваль казачьей культуры «Казачья гора». Помимо того, что это хорошо оборудованное для проведения мероприятий место (установлена сцена, имеются лавки для зрителей), это еще и историческое место, здесь берет начало история Хабаровского края, что непременно учитывается при организации культурной программы. Таким образом, организация доступных мероприятий оказывает прямое воздействие на сохранение и распространение культурных ценностей. Зритель соприкасается с культурным наследием, осознает его ценность, узнает больше об истории памятников и зданий [Логинова, 2021].

Следующий фактор — использование инновационных форм и технологий при создании мероприятия. Перед создателем культурного проекта стоит задача «создания новых культурных смыслов, новых культурных практик и новых форматов образа жизни» [Матвеев, 2020, с. 43]. Включение сферы культуры в цикл «производство — потребление» диктует правила создания качественного контента, отвечающего спросу населения. Объекты потребления, рассматриваемые в единстве экономических, социальных, культурных, символических аспектов, представляют собой сложные феномены [Горнова, 2021].

Гармоничное объединение инновационных форм с традиционной культурой происходит, когда каждый проект воспринимается как возможность донести до участников конкретную мысль, а не ставится на поток и формируется по созданному ранее шаблону. Причем эта мысль была предложена еще в конце XIX в. основателем культурной антропологии Э. Б. Тейлором: «Настоящая задача искусства не в точном подражании действительности; художник стремится только воплотить известную идею, которая должна поразить зрителя» [Тейлор, 1882, с. 299]. Использование инновационных методов также предполагает создание новых, как правило синтетических, жанров, что позволяет расширить творческие возможности учреждения. Здесь уместно обратиться к мнению советского филолога и фольклориста В. Я. Проппа, считающего

что «каждый жанр характеризуется особым отношением к действительности и способом ее художественного изображения» [Пропп, 1976, с. 117].

Одним из примеров использования новых форм при проведении мероприятий является Краевая ярмарка «АмурФест. Весна», прошедшая с 1 по 3 мая 2021 г. в г. Хабаровске. Особенностью данного мероприятия было то, что ярмарка проходила одновременно на трех площадках в трех разных районах города; действие на площадках состояло из театрализованного шествия, концерта творческих коллективов города, торговых, выставочных и интерактивных точек. Данный формат зарекомендовал себя как востребованный и интересный зрителю, поэтому проведение подобных ярмарок стало ежегодным.

Следом необходимо упомянуть использование региональной тематики как формы знакомства населения с историко-культурным наследием родного края, состоящего из материальной и духовной культуры региона, созданной прошлыми поколениями, выдержавшей испытания временем и передаваемой из поколения в поколение как нечто ценное и почитаемое [Махинин, 2019]. Это способствует проявлению интереса участников к мероприятию, активизации исторической памяти, формированию этнокультурной идентичности.

Хабаровский край является многонациональным, как и многие другие субъекты Российской Федерации. Летом 2011 г. была создана Хабаровская краевая общественная организация «Ассамблея народов Хабаровского края», которая на сегодняшний день объединяет 27 национальных общественных объединений и представителей национальных инициативных групп [Ассамблея, 2022]. С учетом специфики региона необходимо рассматривать интеграцию культур и религий не как их смешение, а как сближение, сотрудничество, взаимообогащение этнических и культурно-религиозных общностей в рамках единой российской цивилизации [Толок, 2019]. Формирование образа современной России как многонационального государства, в котором с уважением относятся к традициям, обычаям, верованиям разных народов, — крайне важная задача современных учреждений культуры. В КГАУК «КНОТОК» данное направление реализуется специалистами Дома народного творчества в таких мероприятиях, как Краевой фестиваль этнической музыки и песни «Ритмы Дальнего Востока», Межрегиональный фестиваль национальных культур Дальнего Востока «Лики наследия». В ходе работы с населением создается диалог куль-

тур, это воспринимается и как современная тенденция общества к сближению народов всего мира, и как форма сохранения и распространения культурного наследия.

В объемах такой протяженной по территории и многонациональной страны, как Россия, все большую значимость обретает тенденция к брендированию проектов. Формирование модели брендирования территории выступает как стратегический вектор развития региона, поскольку в процессе реализации задействуется весь спектр социально-экономических и научно-технологических показателей, которые благоприятно влияют на развитие региона в целом [Каленская, 2015].

Самым значимым брендовым проектом КГАУК «КНОТОК» является Международный военно-музыкальный фестиваль «Амурские волны», впервые проведенный в 2012 г., участниками которого являются военные духовые оркестры. Это главное музыкальное событие Хабаровска, которое ежегодно радует жителей и гостей города современными песнями, военными маршами и армейскими российскими традициями. У фестиваля есть узнаваемая символика — изображение вертикально расположенного нотного стана, вдоль которого проходят две волны, неизменными остаются и сроки проведения — последняя неделя мая. Позиционирование проекта как территориального бренда привлекает молодых людей и способствует их приобщению к духовным и мировоззренческим смыслам, к высоким художественно-эстетическим ценностям, к лучшим образцам традиционного и академического искусства [Савелова, 2020, с. 146]. Формировать в ходе проведения массовых мероприятий патриотические ценности — не только одна из главных задач в контексте Государственной культурной политики, но и ключ к становлению высокодуховной и нравственной личности.

Следующим фактором, влияющим на привлекательность деятельности учреждения культуры, является создание положительного образа сотрудников. Для создания благоприятных условий личностного роста, выработки норм поведения и взаимодействия с окружающими необходимо формирование внутри коллектива организационной культуры [Метляева, 2019]. Работникам учреждений необходимо владеть профессионально значимыми качествами, такими как коммуникабельность, доброта, интерес к работе с людьми, старательность, моральная устойчивость и т. д., которые в совокупности являются составляющими нравственной культуры [Васильева, 2019].

Помимо нравственной культуры, важна культура эстетическая. Она настраивает внутреннюю гармонию, эстетический вкус позволяет приспособиться и понять сущность взаимодействия людей, расширить границы толерантности по отношению к другим людям, к новым творческим течениям и к оптимизации старых [Ежова, 2021].

Необходимо обеспечить понимание важности сохранения и распространения культурных ценностей, прежде всего самими сотрудниками учреждения культуры. По мнению русского и украинского языковеда А. А. Потебни, искусство должно являться особым способом познания мира: «...чтобы не сделать искусство явлением не необходимым или вовсе лишним в человеческой жизни, следует допустить, что оно есть средство создания мысли; что цель его — произвести известное субъективное настроение как в самом производителе, так и в понимающем» [Потебня, 1990, с. 29-30].

Руководителям учреждений культуры необходимо организовать курсы повышения квалификации, обучающие семинары, тренинги, в ходе которых сотрудники будут расширять кругозор, знакомиться с новыми тенденциями в области культуры и искусства, развивать в себе профессионально значимые качества. Задача культурных механизмов формирования ценностей — помочь обеспечить самоидентификацию индивидов и выработать групповую солидарность, обеспечив общность целей в развитии социальной группы [Горбунов, 2021]. При этом не стоит выбирать поучительный или назидательный тон, о глубоких чувствах и светлых мыслях говорят легко и просто, только в этом случае возможно принятие информации слушателем.

Заключение

Таким образом, при организации и проведении культурно-массовых мероприятий в современном учреждении культуры необходимо учитывать федеральные и региональные нормативно-правовые акты, удовлетворять растущие и изменяющиеся культурные запросы и нужды населения, а также — расширять доступ граждан к культурным ценностям и сохранять культурное наследие. При этом необходимо понимать, что сохранение народной культуры в первоизданном виде не представляется возможным, «реконструировать исконную целостность национального мировоззрения по реликтам и рудиментам в фольклоре нельзя, ибо фольклор — оттесненная словесность» [Гачев, 1988, с. 181].

На сегодняшний день в Хабаровском крае происходит сокращение количества мероприятий

и иной деятельности, в результате которой сохраняются, создаются, распространяются и осваиваются культурные ценности, что влечет за собой сокращение количества участников, и, следовательно, снижается эффективность проводимой работы. Поэтому сотрудникам современных учреждений культуры необходимо искать новые способы привлечения аудитории, создавать новые формы, которые будут интересны большему количеству участников. Необходимо выстраивать диалог между массовой и элитарной культурой, ведь чем дальше мы отдаляемся от нашего культурного наследия, тем труднее будет к нему возвращаться.

Библиографический список

1. Ассамблея народов Хабаровского края : официальный сайт. URL: <http://www.assembly27.ru> (дата обращения: 16.03.2022).
2. Былков Н. Эффективность рекламы массовых мероприятий: проблемы и перспективы // Проблемы кадрового обеспечения сферы культуры и искусства: профессиональные стандарты и трудоустройство специалиста: материалы Всероссийской научно-практической конференции, 26 апреля 2019 г. Хабаровск : ХГИК, 2019. С. 241-247.
3. Васильева Р. М. Формирование этнокультуры детей и подростков в культурно-досуговых учреждениях / Р. М. Васильева, Н. М. Балтаев // Вестник Чувашского государственного института культуры и искусств. 2019. № 14. С. 29-35.
4. Гачев Г. Национальные образы мира. Москва : Советский писатель, 1988. 396 с.
5. Горбунов А. В. Культурные механизмы формирования патриотических ценностей: анализ муниципальных программ // Муниципалитет: экономика и управление. 2021. № 4. С. 41-48.
6. Горнова Г. В. Культурные смыслы цикла «производство — потребление» / Г. В. Горнова, Л. К. Нефедова // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2021. № 4. С. 20-24.
7. Ежова П. А. Эстетическая культура, ее сущность и структура // Актуальные исследования. 2021. № 1 (28). С. 63-65.
8. Каленская Н. В. Формирование модели брендинга региона // Казанский экономический вестник. 2015. № 1. С. 43-48.
9. Краевое государственное автономное учреждение культуры «Краевое научно-образовательное объединение культуры»: официальный сайт. URL: <https://knotok.ru> (дата обращения: 16.03.2022).
10. Лисенкова А. А. Современные подходы к определению феномена культурной идентичности // Вестник МГУКИ. 2016. № 6 (74). С. 26-30.
11. Логинова М. В. Актуализация культурного наследия в контексте задач современной культурной политики // Сфера культуры. 2021. № 4 (6). С. 73-79.

12. Матвеев В. В. Совершенствование управления персоналом учреждений культуры на основе проектного подхода // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2020. № 4. С. 42-51

13. Махинин А. Н. Формирование российской идентичности учащихся в процессе освоения историкокультурного наследия региона / А. Н. Махинин, В. В. Шишов // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2019. № 3. С. 59-71.

14. Метляева Т. В. Особенности формирования организационной культуры государственного учреждения в современных условиях / Т. В. Метляева, Е. А. Попова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2019. № 1. С. 92-111.

15. Министерство культуры Российской Федерации : официальный сайт. URL: <https://culture.gov.ru> (дата обращения: 16.03.2022).

16. Мулина Н. А. Последствия влияния цифровизации на общество // Научное мнение. 2020. № 6. С. 59-66.

17. Потебня А. А. Теоретическая поэтика / сост., вступ. ст., коммент. А. Б. Муратова. Москва : Высш. шк., 1990. 344 с.

18. Правительство Российской Федерации : официальный сайт. Москва. URL: <http://government.ru> (дата обращения: 16.03.2022).

19. Правительство Хабаровского края : официальный сайт. URL: <https://www.khabkrai.ru> (дата обращения: 16.03.2022).

20. Пропп В. Я. Фольклор и действительность. Избранные статьи. Москва : Наука, 1976. 324 с.

21. Рэдклифф-Браун А. Р. Структура и функция в примитивном обществе. Очерки и лекции / пер. с англ. Москва : Восточная литература, 2001. 304 с.

22. Савелова Е. В. Культурологические аспекты профессиональной подготовки музыканта-педагога в вузах культуры Дальнего Востока России / Е. В. Савелова, Н. Ф. Семенова, А. В. Тюрин // Проблемы музыкальной науки / Music scholarship. 2020. № 3. С. 144-156.

23. Тейлор Э. Б. Антропология: Введение к изучению человека и цивилизации. Санкт-Петербург : И. И. Билибин и К, 1882. 471 с.

24. Толлок Е. С. О сохранении культурной идентичности России в глобальном мире // Сервис plus. 2019. № 2. С. 77-82.

25. Храпов С. А. Глобализация как исторический и социокультурный феномен / С. А. Храпов, М. В. Помогаева // Вестник Калмыцкого университета. 2019. № 2. С. 122-127.

26. Яцуляк В. В. Влияние гражданского общества на систему духовно-нравственной безопасности России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2020. № 3. С. 296-300.

27. Ćosović M. C., Brkić B. R. Game-based learning in museums-cultural heritage applications. MDPI Information. 2020. Vol. 11. Iss. 1. p. 1-13.

28. Csoba J., Maszlag F. Preserving traditions and modernization. Belvedere Meridionale. 2019. 31 (4), p. 143-162.

29. Throsby D., Zednik A., Araña J. E. Public preferences for heritage conservation strategies: a choice modeling approach. Journal of Cultural Economics. 2021. 45 (3). p. 333-358.

Reference list

1. Assambleja narodov Habarovskogo kraja : oficial'nyj sajt = Assembly of Peoples of the Khabarovsk Territory: official website. URL: <http://www.assembly27.ru> (data obrashhenija: 16.03.2022).

2. Bylkov N. Jefferktivnost' reklamy massovyh mero-prijatij: problemy i perspektivy = Effectiveness of advertising for mass events: problems and prospects // Problemy kadrovogo obespechenija sfery kul'tury i iskusstva: professional'nye standarty i trudoustrojstvo specialista : materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii, 26 aprelja 2019 g. Habarovsk : HGIK, 2019. S. 241-247.

3. Vasil'eva R. M. Formirovanie jetnokul'tury detej i podrostkov v kul'turno-dosugovyh uchrezhdenijah = Formation of ethnoculture of children and adolescents in cultural and leisure time institutions / R. M. Vasil'eva, N. M. Baltaev // Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury i iskusstv. 2019. № 14. S. 29-35.

4. Gachev G. Nacional'nye obrazy mira = National images of the world. Moskva : Sovetskij pisatel', 1988. 396 s.

5. Gorbunov A. V. Kul'turnye mehanizmy formirovanija patrioticheskikh cennostej: analiz municipal'nyh programm = Cultural mechanisms for the formation of patriotic values: analysis of municipal programs // Municipalitet: jekonomika i upravlenie. 2021. № 4. S. 41-48.

6. Gornova G. V. Kul'turnye smysly cikla «proizvodstvo — potreblenie» = Cultural meanings of the production-consumption cycle / G. V. Gornova, L. K. Nefedova // Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovanija. 2021. № 4. S. 20-24.

7. Ezhova P. A. Jesteticheskaja kul'tura, ee sushhnost' i struktura = Aesthetic culture, its essence and structure // Aktual'nye issledovanija. 2021. № 1 (28). S. 63-65.

8. Kalenskaja N. V. Formirovanie modeli brendirovanija regiona = Formation of the regional branding model // Kazanskij jekonomicheskij vestnik. 2015. № 1. S. 43-48.

9. Kraevoe gosudarstvennoe avtonomnoe uchrezhdenie kul'tury «Kraevoe nauchno-obrazovatel'noe ob#edinenie kul'tury»: oficial'nyj sajt = Regional state autonomous cultural institution «Regional scientific and educational association of culture»: official website. URL: <https://knotok.ru> (data obrashhenija: 16.03.2022).

10. Lisenkova A. A. Sovremennye podhody k opredeleniju fenomena kul'turnoj identichnosti = Modern approaches to defining the phenomenon of cultural identity // Vestnik MGUKI. 2016. № 6 (74). S. 26-30.

11. Loginova M. V. Aktualizacija kul'turnogo nasledija v kontekste zadach sovremennoj kul'turnoj politiki = Actualization of cultural heritage in the context of the tasks of modern cultural policy // Sfera kul'tury. 2021. № 4 (6). S. 73-79.
12. Matveev V. V. Sovershenstvovanie upravlenija personalom uchrezhdenij kul'tury na osnove proektnogo podhoda = Improvement of personnel management of cultural institutions on the basis of the project approach // Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS. 2020. № 4. S. 42-51
13. Mahinin A. N. Formirovanie rossijskoj identichnosti uchashhihsja v processe osvoenija istoriko-kul'turnogo nasledija regiona = Formation of Russian identity of students in the process of mastering the historical and cultural heritage of the region / A. N. Mahinin, V. V. Shishov // Nauchnyj rezul'tat. Pedagogika i psihologija obrazovanija. 2019. № 3. S. 59-71.
14. Metljaeva T. V. Osobennosti formirovanija organizacionnoj kul'tury gosudarstvennogo uchrezhdenija v sovremennyh uslovijah = Features of the formation of the organizational culture of the state institution in modern conditions / T. V. Metljaeva, E. A. Popova // Territorija novyh vozmozhnostej. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta jekonomiki i servisa. 2019. № 1. S. 92-111.
15. Ministerstvo kul'tury Rossijskoj Federacii : oficial'nyj sajt = Ministry of Culture of the Russian Federation: official website. URL: <https://culture.gov.ru> (data obrashhenija: 16.03.2022).
16. Mulina N. A. Posledstvija vlijanija cifrovizacii na obshhestvo = Consequences of the impact of digitalization on society // Nauchnoe mnenie. 2020. № 6. S. 59-66.
17. Potebnja A. A. Teoreticheskaja pojetika = Theoretical poetics / sost., vstup. st., komment. A. B. Muratova. Moskva : Vyssh. shk., 1990. 344 s.
18. Pravitel'stvo Rossijskoj Federacii : oficial'nyj sajt = Government of the Russian Federation: official website. Moskva. URL: <http://government.ru> (data obrashhenija: 16.03.2022).
19. Pravitel'stvo Habarovskogo kraja : oficial'nyj sajt = Government of the Khabarovsk Territory: official website. URL: <https://www.khabkrai.ru> (data obrashhenija: 16.03.2022).
20. Propp V. Ja. Fol'klor i dejstvitel'nost'. Izbrannye stat'i = Folklore and reality. Selected articles. Moskva : Nauka, 1976. 324 s.
21. Rjedkliff-Braun A. R. Struktura i funkcija v primitivnom obshhestve. Oчерki i lekcii = Structure and function in a primitive society. Essays and lectures / per. s angl. Moskva : Vostochnaja literatura, 2001. 304 s.
22. Savelova E. V. Kul'turologicheskie aspekty professional'noj podgotovki muzykanta-pedagoga v vuzah kul'tury Dal'nego Vostoka Rossii = Cultural aspects of professional training of a musician-teacher in universities of culture of the Russian Far East / E. V. Savelova, N. F. Semenova, A. V. Tjurin // Problemy muzykal'noj nauki / Music scholarship. 2020. № 3. S. 144-156.
23. Tejlor Je. B. Antropologija: Vvedenie k izucheniju cheloveka i civilizacii = Anthropology: introduction to the study of man and civilization. Sankt-Peterburg : I. I. Bilibin i K., 1882. 471 s.
24. Tolok E. S. O sohranении kul'turnoj identichnosti Rossii v global'nom mire = On the preservation of Russia's cultural identity in the global world // Servis plus. 2019. № 2. S. 77-82.
25. Hrapov S. A. Globalizacija kak istoricheskij i sociokul'turnyj fenomen = Globalization as a historical and sociocultural phenomenon / S. A. Hrapov, M. V. Pomogaeva // Vestnik Kalmyckogo universiteta. 2019. № 2. S. 122-127.
26. Jaculjak V. V. Vlijanie grazhdanskogo obshhestva na sistemu duhovno-nravstvennoj bezopasnosti Rossii = The influence of civil society on the system of spiritual and moral security of Russia // Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS. 2020. № 3. S. 296-300.
27. Ćosović M. C., Brkić B. R. Game-based learning in museums-cultural heritage applications. MDPI Information. 2020. Vol. 11. Iss. 1. p. 1-13.
28. Csoba J., Maszlag F. Preserving traditions and modernization. Belvedere Meridionale. 2019. 31 (4), p. 143-162.
29. Throsby D., Zednik A., Araña J. E. Public preferences for heritage conservation strategies: a choice modeling approach. Journal of Cultural Economics. 2021. 45 (3). p. 333-358.

Статья поступила в редакцию 15.03.2022; одобрена после рецензирования 19.04.2022; принята к публикации 28.04.2022.

The article was submitted on 15.03.2022; approved after reviewing 19.04.2022; accepted for publication on 28.04.2022.