

международных отношений, а также на взаимодействии внешнего и внутреннего параметров регуляции жизни общества. Система культуры по Эдуарда Маркаряна – универсальная ценностная сущность, которая объединила в себе природную среду, социальную сферу и духовный внутренний мир человека. Объединяющим моментом всех системных концепций является их направленность на раскрытие целостности культуры, последовательности и взаимосвязанности ее элементов.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. White, L.A. The evolution of culture: The development of civilization to the fall of Rome / L.A. White – N.Y. : 1959. – 378 p.
2. Каган, М. С. Системный подход и гуманитарное знание: избранные статьи. / М. С. Каган – Л. : ЛГУ, 1991. – 378 с.
3. Маркарян, Э. С. Системное исследование человеческой деятельности / Э. С. Маркарян – М. : ИЗД, 1972. – 120 с.
4. Маркарян, Э.С. Системное исследование человеческой деятельности. / Э. С. Маркарян. – М. : Знание, 1972. – 120 с.
5. Петьков, В. А. Социокультурные формообразования: фил-й аспект / В.А. Петьков и др. – М. : ИЗД, 2015. – 38 с.
6. Сорокин, П.А. Социальная и культурная динамика / П.А. Сорокин; пер. с англ., – М.: ИЗД, 2006. – 1176 с.
7. Уайт, Л.А. Понятие культуры: антология исследований культуры / Л.А. Уайт. – СПб.: ИЗД, 1997. – Т. 1 – 466 с.

Бобок В. О., БГУКИ, студент 402а группы  
очной формы обучения

Научный руководитель – Королев Н. Н.,  
кандидат педагогических наук, доцент

## **СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В СИСТЕМЕ МКС**

Событийный туризм – это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным событиям или мероприятиям. Событийный туризм – направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Главная особенность этого перспективного и динамично развивающегося вида туризма – множество ярких неповторимых моментов [3].

В рамках событийного туризма основная цель поездки обычно приурочена к мероприятию или событию, неразрывно связанному с какой-либо местностью или местом. По своей сути событийный туризм не отвергает традиционного осмотра достопримечательностей, дегустации блюд местной кухни или посещения музеев. Специфика событийного туризма заключается в том, что традиционные туристско-экскурсионные услуги и объекты показа в рамках культурного и/или спортивного туризма «упаковываются» в новый туристический продукт, который совмещает в себе традиционные формы отдыха с атмосферой праздника и возможностью личного участия в нем. Все это значительно усиливает впечатления туристов и делает туристический продукт более привлекательным. Не случайно многие эксперты предсказывают, что в недалеком будущем число туристов, посещающих разного рода мероприятия, превзойдет количество участников традиционных культурно-познавательных туров.

За последние годы туризм вырос многократно, как с экономической так и с культурной стороны. Все больше туристов посещают Беларусь, все больше белорусов посещают другие города. Служит этому экономическая стабильность в стране, политические порядки, приемлемая заработная плата.

По роли и месту в туризме спортивными мероприятиями аналогичны различные театральные: карнавалы, фестивали, национальные праздники, конкурсы песни.

К числу известнейших событий в современной культурной жизни относится Эдинбургский фестиваль. В Эдинбург (Великобритания) съезжаются лучшие в мире оперные, балетные и театральные коллективы, а также различные фольклорные ансамбли. Среди любителей классической музыки популярностью пользуются международные фестивали в Сантандере (Испания; проводится уже 50 лет) и Люцерне (Швейцария). Фестивали классического искусства могут собирать до 55 тысяч человек. Важнейшими событиями в мире творчества стали фестивали киноискусства. Они традиционно проводятся в Каннах (Франция), Венеции, Берлине, Токио, Москве, Каире.

На сегодняшний день мировой славой пользуются карнавалы. Происхождение карнавалов берет начало от церемонии в честь древнеегипетского бога Осириса. Эта традиция имеет место у многих христианских народов. За неделю до начала Великого поста проходят карнавалы почти во всех крупных городах стран Латинской Америки и Европы (Мальта, Германия). Высокая эстетичность, а часто и экзотичность карнавалов привлекают множество туристов. Многие из них проводятся регулярно в определенные сроки, к которым и приурочиваются многочисленные туристические поездки. Примерами могут служить знаменитые карнавалы в Бразилии, карнавалы и маскарады в Италии.

Самое известное фестивальное мероприятие мира – Бразильский карнавал. Этот национальный праздник олицетворяет особый дух и стиль жизни уникальной страны. Население Бразилии сформировалось как сплав коренного индейского населения, потомков африканских народов, переселенцев из стран Азии и Европы.

Динамика туристов показывает, что большим спросом пользуются такие страны, как Италия – 500 тысяч туристов в год посещают карнавал в Венеции. Германия – 1,500 миллиона человек участвует в праздничном шествии, из них 300 тысяч туристов из других стран. Франция – знаменитый

карнавал в Ницце посещают 1 миллион туристов. В Бразилии карнавал посещают около 1 миллиона человек из них 300 – 400 тысяч туристы [1].

Любая национальная кухня имеет свои эксклюзивные рецепты, но в некоторых странах искусство приготовления пищи возведено в культ. Поэтому гастрономические путешествия очень популярны во всем мире. Самую развитую систему гастропаузов имеет Франция. Со всех точек земли сюда съезжаются туристы-гурманы, чтобы насладиться местной кухней. Французы всегда ответственно относились к процессу приготовления и приема пищи. Одним из главных мест гастрономических паузов является северо-запад Франции, а именно Бретань.

Еще одной страной гастрономических путешествий является Италия. Обеды и ужины в городах Ломбардия и Тоскана дадут возможность оценить итальянскую кухню высшего класса.

В Испании каждый год, начиная с 2005 года, проходит акция «Год гастрономии и поваренного искусства». Испания, и, в частности Каталония, считаются родиной наиболее изысканных блюд.

Международные выставки и ярмарки являются своеобразным смотром достижений в важнейших областях человеческой деятельности. Основные функции международных выставок и ярмарок – распространение мировой культуры, обмен научно-технической информацией, реклама продукции и расширение внешнеторговых связей. Только в Европе ежегодно организуется свыше 200 международных туристских выставок и бирж.

Многие выставки и ярмарки проводятся систематически в одно и то же время, а иногда и два раза в год. Самое популярное время для подобных мероприятий – весна и осень, что позволяет расширить туристский сезон. Продолжительность выставки или ярмарки составляет обычно 2 недели. За это время их посещают от десятков тысяч до нескольких миллионов человек.

Статусом «выставочных» и «ярмарочных» городов обладают, прежде всего, столичные и крупнейшие города, в которых значителен собственный потенциал посетителей (жителей города) и бывает много иностранных

туристов. Очень часто такие мероприятия организуют в приморских городах, которые включаются в программу посещений круизного туризма. (Европы и Северной Америки. Особенно много их проводится на территории США, Франции, Германии и Великобритании.)

Самая крупная в мире туристическая ярмарка – Международная биржа по туризму (International Tourism Borse – ITB) проводится ежегодно с 1966 г. в Берлине с участием туристских предприятий, представителей национальных туристских организаций, транспортных и страховых компаний [1].

Все более престижной становится Всемирная туристская ярмарка (World Travel Market – WTM), организуемая с 1980 г. в Лондоне. Она проходит ежегодно в середине ноября. Это сугубо профессиональная выставка предназначена для установления прямых контактов между специалистами из разных стран. В ней принимают участие более 60 тыс. представителей из 150 стран.

Большое значение такие мероприятия имеют для сглаживания сезонности в туризме, так как они приурочены к событию – определенному совещанию, конференции, ярмарке, конгрессу и т.д. Около 1/5 проводимых в мире такого рода мероприятий приходится на сентябрь. Организация туристских потоков осуществляется легче, чем туризма вообще, поскольку информация о различных конференциях рассылается за много месяцев. Современная электронная связь позволяет легко следить за планированием мероприятий такого рода. В частности, в Интернете многие международные организации непрерывно обновляют страницы со списком международных конференций в разных сферах деятельности и областях научных знаний.

Международные спортивные состязания (Олимпийские игры, чемпионаты мира и континентов, универсиады) привлекают миллионы людей. И даже развитие современных систем связи и телевидения не уменьшают потока туристов, отправляющихся в другие страны с целью

лично поучаствовать в спортивном празднике и поддержать команду своей страны.

Среди всех спортивных мероприятий по размеру туристских потоков и доходов выделяются зимние и особенно летние Олимпийские игры. Ныне посещение Олимпийских игр обходится болельщикам в 1-2 тыс. долл. Олимпийские игры нередко повышают туристскую ценность того или иного центра [1].

Одним из важнейших сегментов событийного туризма являются туры на соревнования «Формула 1». Интерес туристов к этим турам огромен, только туры на Олимпийские игры и чемпионат мира по футболу превосходят «Формулу 1». Но Олимпиады проходят раз в два года, чемпионат мира по футболу – раз в четыре года, а «Формула 1» свои гран при разыгрывает 18-19 раз в год. Первые автомобильные гонки, получившие название «Формула 1», прошли в 1927 г. в Италии. С тех пор число стран, имеющих трассы для проведения соревнований, достигло 20-ти. Участники туров на гонки «Формула 1», имеют возможность совершать настоящие кругосветные путешествия в течение года, перемещаясь вместе со спортсменами на каждый новый розыгрыш гран при. Участвовать в таком туре могут люди с доходом, значительно превышающим средний [1].

Туристический потенциал Республики Беларусь базируется на многообразии и красоте природы, уникальности историко-культурного наследия и включает более 15 тысяч объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры.

На современном этапе предпринимаются активные шаги в области туристского маркетинга страны, чтобы сделать Беларусь привлекательной для въездного туризма, в том числе событийного. Параллельно достаточно интенсивно развивается инфраструктура туризма, реконструируются и создаются новые объекты туристического интереса. В столице республики – Минске, областных центрах и регионах за последние 10-15 лет возведён

целый ряд универсальных спортивных комплексов, ледовых дворцов, плавательных бассейнов, открытых и закрытых стадионов и других спортивных сооружений. В их числе: Республиканский горнолыжный центр «Силичи», республиканский центр олимпийской подготовки по зимним видам спорта «Раубичи», горнолыжный комплекс «Логойск», спортивно-развлекательный комплекс «Минск-арена», спортивный комплекс «Бобруйск-Арена», гребной канал для проведения соревнований по гребле международного уровня в Бресте, Брестский легкоатлетический манеж. Беларусь уверенно заявила себя на международной арене как спортивная держава, обладающая инфраструктурой международного уровня для проведения масштабных спортивных состязаний, одним из которых стал, например, Чемпионат мира по хоккею [2].

Кроме значительных спортивных объектов за последнее десятилетие в Беларуси появилось значительное число ярких культурных, в том числе музейных и развлекательных объектов. Завершилась реставрация Несвижского и Мирского замков. Открыты мемориальные музеи и усадьбы знаменитых уроженцев Беларуси: Адама Мицкевича (Новогрудок, Заосье), Тадеуша Костюшко (Меречовщина), Михаила Клеофаса Огинского (Залесье), Юлиана Урсына Немцевича (Скоки), Наполеона Орды (Вороцевичи) и др.. Широкой известностью пользуется фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске». Еще одно снискавшее популярность событие – это республиканский праздник «Дожинки», местом действия которого становятся разные регионы страны.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Донских, С. В. Событийный туризм : учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. – Минск : РИПО, 2014. – 112 с.
2. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-sobytiynogo-turizma-v-respublike-belarus>. – Дата доступа: 15.03.2020.

3. Событийный туризм и ивент-менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/6891>. – Дата доступа: 15.03.2020.

Бодич Ю. С., БГУКИ, студент 320(э) группы  
очной формы обучения

Научный руководитель – Гутковская С. В.,  
кандидат филологических наук, доцент

### **РОЛЬ ХОРЕОГРАФИИ В МЮЗИКЛЕ**

Целью данной статьи является определение важности хореографии в мюзикле – музыкально-театральном сценическом жанре, сочетающем в себе музыкальное, драматическое, хореографическое и оперное искусства. Это один из наиболее сложных театральных жанров, который совместил в себе несколько сценических направлений.

Ввиду большого жанрового сходства с опереттой, мюзикл, как отдельный жанр театрального искусства, долгое время не признавался, однако на протяжении своего существования мюзикл сформировал особенности, которые отличают его от других жанров. Мюзикл, в отличие от оперетты, практически не имеет собственной драматургии. Его основа обычно – литературные произведения, либо измененные либретто и обработанные произведения, созданные для драматического театра [1]. Помимо оперетты на мюзикл также оказали большое влияние такие жанры, как комическая опера, водевиль и бурлеск.

Зародился мюзикл на сцене Нью-Йорка. Постановка «BlackCrook», где смешались шоу, варьете, балет и драматические интерлюдии, является отправной точкой в истории мюзикла. Музыкальная комедия подразумевала лёгкое развлекательное представление, где важным был не сюжет, а