

## Природные символы в развитии культурной жизни населения региона (на примере Курской области)

*Батурлова Полина Геннадьевна*

*Выпускник (бакалавр)*

Курский государственный университет, Факультет философии, социологии и культурологии, Курск, Россия  
*E-mail: polina.baturlova@mail.ru*

Вся культура по своей природе символична. Символом можно назвать любой предмет или явление, которым человек приписывает то или иное значение, и этим определяется их ценностный характер. Именно благодаря символам жизненный мир человека приобретает смысл для него самого. Поэтому для анализа состояния культурной жизни и поиска путей ее развития в первую очередь необходимо обращаться именно к ним.

В каждом регионе есть свои символы. Например, в Курской области это курский соловей. Наши слова подтверждает исследование, проведенное научно-исследовательским коллективом Курского государственного университета под руководством Е.А. Когай в 2011 году. По его результатам было выявлено, что 55% курян выбирают курского соловья в качестве символа, отражающего самобытность региона. А 61,9% считают, что он ассоциируется с Курской областью у жителей других регионов [4]. Помимо этого, в марте 2021 года на базе научно-исследовательской социологической лаборатории Курского государственного университета нами был проведен опрос о природных символах Курского края, по результатам которого было выяснено, что 90% респондентов согласны с тем, что соловей является живым символом региона.

Живые символы оказывают существенное влияние на культурную жизнь регионов. Например, в Курской области под влиянием живого символа был создан музей «Курский соловей», в котором собрана информация о данной птице, о том, что она символизирует, об образе соловья в литературе и в музыке. Главная задача музея - популяризация знаний о курском соловье и сохранение живого символа. Таким образом, он сохраняет культурное наследие и выполняет функцию передачи культурного опыта. Помимо него данные функции выполняют Курский областной краеведческий музей, а также Центрально-Черноземный государственный заповедник имени профессора В.В. Алехина, на территории которого располагаются Музей Природы и Эколого-информационный центр, которые ведут экологическую просветительскую деятельность.

На вопрос о том, что представляет из себя живой символ, респонденты давали ответы, связанные с его влиянием на человека и культуру, среди них: «символ, сближающий людей», «это то, чем мы гордимся, о чем хочется рассказать», «символ, который поддерживает и даёт силы», «символ, который ценят в обществе», «живое воплощение великой культуры», «живой маскот, олицетворяющий определенную культуру», «активно используемый в различных мероприятиях».

По результатам нашего исследования было выяснено, что 77% респондентов хотели бы возродить праздник курского соловья, последний раз проводимый в июне 2017 года. Поэтому акцент в развитии культурной жизни региона целесообразно сделать именно на различных развлекательных культурных практиках, вовлекающих в совместную деятельность жителей региона разных возрастов, обязательно добавив просветительский компонент в программы данных мероприятий. Примером использования регионального живого символа в таких мероприятиях может служить фестиваль «Арзамасский гусь»,

проводимый в Нижегородской области, который в 2021 году посетили жители других регионов страны, а также студенты Австрии, Алжира, Гвинеи, Египта, Конго, Марокко и Мозамбика.

Это приводит нас к важности изучения возможностей использования культурно-исторических символов в продвижении имиджа региона. Проведенное в 2011 году исследование научно-исследовательского коллектив Курского государственного университета под руководством Е.А. Когай показало, что в развитии регионального имиджа культурная составляющая выходит практически на первый план, а регион становится узнаваемым именно благодаря его символам.

На основании этого были сделаны выводы о необходимости переосмысления традиционных символов с целью создания брендов Курского края, которые способствовали бы его позиционированию в региональном и мировом масштабе. И эта система символов региона как традиционных, так и инновационных становится фактором привлечения ресурсов для регионального развития в рамках имиджевой политики.

Имидж региона может быть определен как «совокупность представлений о его конкурентных преимуществах» [3, с. 83]. Е.С. Переладова выделяет следующие его составляющие:

- 1) туристическая привлекательность - способность обеспечить комфортное и увлекательное пребывание туристов;
- 2) инвестиционная привлекательность - преимущества ведения бизнеса на данной территории: наличие ресурсов, необременительность и прозрачность административных процедур, наличие платежеспособного спроса;
- 3) привлекательность для проживания - способность обеспечить высокое качество жизни населения [3].

Она также выделяет факторы, влияющие на имидж региона. Среди них особо следует отметить его культурные характеристики, включающие в себя качество развития науки и образования; проведение крупных спортивных и социально-культурных мероприятий; менталитет населения; традиции и обычаи; история города; архитектура; культурные достопримечательности. Живой символ можно использовать в качестве основы для развития этих факторов.

Помимо этого на имидж региона влияют его бренды. В Курской области это сам курский соловей, бренды региональных торговых марок «Курское поле», «Куряночка», бренд-мероприятия «Курская Коренская ярмарка», «Соловьиная трель», «Джазовая провинция». Имидж региона оказывает влияние на его продвижение на уровне страны. А это, в свою очередь, влияет на туристическую и инвестиционную привлекательность, что способствуют социально-экономическому развитию региона.

Таким образом, соловей, рассматриваемый в качестве символа Курской области, способен оказывать влияние на культурную жизнь региона через проведение различных культурных мероприятий и открытие музеев, выставок и экспозиций, связанных с ним, а также на его позиционирование среди других регионов через развитие брендовых продуктов и в целом имиджа Курского края. Важно, чтобы этот и другие природные символы были максимально задействованы в осуществлении социальной и культурной политики региона.

### Источники и литература

- 1) Большаков В.П. Культурные практики в процессах становления культуры // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2016. – № 2(27). – С. 16-22.
- 2) Когай Е.А. Оценка имиджевого потенциала Курского края (по результатам экспертного опроса) // AUDITORIUM. – 2014. – № 3(3). – С. 77-81.

- 3) Переладова Е.С. Имидж региона: структура и факторы // Молодой ученый. – 2019. – № 30 (268). – С. 82-83.
- 4) Позиционирование имиджа региона в пространстве коммуникаций: Курская область / под ред. проф. Е.А. Когай. – Курск: Изд-во Курского гос. ун-та, 2012. – 171 с.