

способностью усвоить особенности иных культур, киноиндустрия Китая сможет по-настоящему реализовать стратегию «Выхода за границу».

Кроме проведения Фестиваля китайского кино, в Беларуси уже начались съемки фильма о белорусско-китайском сотрудничестве. Белорусско-китайский культурный обмен также вступает в новый период «диалога культур» из «выхода культур». В эпоху новых медиа зрители могут в режиме реального времени смотреть фильмы и телешоу других стран на площадках онлайн-медиа, тем самым преодолевая препятствия, мешающие процессу культурного обмена между странами. По этой причине обмен фильмами и сотрудничество в сфере кино стали особенно важными. Усиление связи между китайской и белорусской киноиндустрией взаимовыгодно не только экономически, но и на культурном уровне.

#### Литература

1. 文化研究与大众传播, 现代传播: 中国传媒大学学报, 1996. (Чжан Иу. Культурология и массовые коммуникации. --Современные коммуникации: журнал Коммуникационного университета Китая, 1996.)
2. 外电影文化交流的历程、现状及策略研究, 电影文学, 2013. (Ло Вэйвэй. Исследование истории, современного состояния и стратегии культурного обмена китайскими и зарубежными фильмами. --Кинолитература, 2013).
3. Подробные правила реализации "выход за границу" радио, кино и телевидения (проект) [Электронный ресурс] // Государственное управление радио, кино и телевидения / Режим доступа: URL: <http://www.nrta.gov.cn/col/col1111/index.html>. – Дата доступа: 24.12.2001.
4. Беларусь и Китай установили отношения доверительного всестороннего стратегического партнерства и взаимовыгодного сотрудничества // Режим доступа: URL: <https://www.belta.by/president/view/belarus-i-kitaj-ustanovili-otnoshenija-doveritelnogo-vsestoronnego-strategicheskogo-partnerstva-i-212405-2016>. – Дата доступа: 29.09.2016.

*Е. С. Лойко, студентка III курса  
специальности «Культурология»,  
направления специальности «Культурология (прикладная)»,  
специализации «Менеджмент социальной и культурной сферы»  
Научный руководитель – магистр педагогических наук,  
старший преподаватель О.А. Барма  
Белорусский государственный университет культуры и искусств, г. Минск*

## ВОЕННЫЙ ТУРИЗМ: ЗАРУБЕЖНЫЕ ПРАКТИКИ

Переосмысление мировым сообществом в конце XX – начале XXI веков исторических практик, в том числе и практик связанных с влиянием военных конфликтов, имеющих места в мировой истории, на современные тенденции развития политики, экономики, культуры, стало причиной появления нового вида туризма – военного. Наиболее интенсивное свое развитие военный туризм получил в странах Северной Америки, Европы и Юго-Восточной Азии. Интерес к данному виду туризма связан не только с попыткой туриста осмыслить причины и следствия военных конфликтов в рамках истории своей семьи, народа или страны, но и стремление государственных и коммерческих организаций к монетизации горячей памяти, формирование на нее устойчивого потребительского спроса. Последнее определяет и появление на рынке военного туризма организаций, ориентированных на создание соответствующих ему продуктов и услуг (начиная от открытия музеев боевой славы, заканчивая созданием военной атрибутики для реконструкции военных действий).

Своеобразным первооткрывателем данного туристического направления считаются Соединенные Штаты Америки, где ещё во времена Гражданской войны Севера с Югом Томас Кук организовывал экскурсии по местам боевых действий. Следовательно, отправной точкой зарождения военного туризма по праву можно считать вторую половину XIX столетия [3 с. 123–124]. И сегодня в Америке развита традиция активного посещения туристами военных музеев под открытым небом, посвященных войне Севера и Юга, а также просмотр и/или участия в военных реконструкциях. Интерес к данному виду туризма формируют и различные американские организации, использующие «поля сражений» для реализации своих программ по корпоративной социальной ответственности.

К концу XX века потребительский спрос на туристические туры, посвященные военному туризму, значительно увеличился. На наш взгляд, это связано как с поиском субъектами мирового туристического бизнеса новых объектов для своей деятельности и соответствующих им рынков сбыта, так и с большим количеством памятников, посвященных истории военных конфликтов. Именно военные действия стали основой для порождения множества мифологем, ставших, в свою очередь, частью истории и культуры как отдельной народа, страны, так и всего мирового сообщества (Куликовская битва, Бородинское сражение и т.д.).

Примером успешного использования экономического потенциала военного туризма могут служить практики использования военных сооружений, военной техники для проведения туристических мероприятий:

начиная от пассивного осмотра, до проведения музейных квестов. Примером может служить политика Китайской Народной Республики, где акцент делается на популяризацию военных музеев, созданных на списанных военных кораблях и других объектах военного назначения. За счёт необычной локации и атмосферы, такие объекты привлекают не только резидентов страны, но и иностранных туристов, для которых посещение подобных музеев является частью знакомством с историей Китая.

Во многих странах военный туризм используется как пространства реализации индивидуальных программ развития личности. Примером может служить Вьетнам, где помимо знакомства туристов с военными историческими достопримечательностями им предлагают стать участниками военных реконструкций, испытать свои силы (физические, моральные) в условиях импровизированных боевых действий.

Необходимо отметить, что многие государства принимают решение использовать определенную территорию «территорию военных действий» для развития инфраструктуры военного туризма. Подобный опыт можно наблюдать в Хорватии, где управление по делам туризма начало переоборудование полуострова Перевалка, сравнительно недавно бывшего ареной боевых действий в огромный туристский центр Muzil . Согласно принятой в этом государстве программе 560 заброшенных военных объектов планируется перестроить в комфортабельные отели, а также открыть на месте бывшей боевой крепости на мысе Оштра конгресс-зал для проведения деловых встреч [6]. Таким образом, следует отметить, что исторический потенциал государства может быть использован им не только по своему прямому назначению, но и привлечён в качестве атмосферных декораций для бизнес сферы.

В рамках рассматриваемой темы необходимо обратить внимание на деятельность компании Warzone Tours [7], основатель которого, Рик Свини, участник иракской войной кампании, организовывает «экстремальные путешествия» для обеспеченных людей, любящих риск и полную погружённость в атмосферу военных событий. Клиентами его компании предпочитают посещать места, максимально приближенные к территориям где идут военные действия, или посещать места, которые до недавнего времени были ареной военных конфликтов. Подобные туристические услуги предоставляются многими компаниями, но, необходимо отметить, что данное направление не получило однозначной оценки со стороны мирового туристического сообщества. С одной стороны, участие в разработке подобного тура лиц, имеющих опыт участия в военных действиях, обеспечивает безопасность туристов при посещении ими территорий военных конфликтов, с другой стороны, наличие явного конфликта между

«философией» туризма, его этическими ценностями и способами их реализации в рамках «экстремальных путешествий»

Если говорить об опыте стран постсоветского пространства, то одной из первых военный туризм начала разрабатывать Украина. На первоначальном этапе Министерство обороны данного государства передало монопольные права на развитие такого вида туризма отдельной туристической организации «Аларис». В конечном итоге проект получился весьма затратным и доступным только для ограниченной категории населения. Так, один выстрел из снайперской винтовки мог обойтись в сумму 20 долларов, а один час полёта на боевом самолёте свыше одной тысячи условных единиц. Дополнительным экстримом, входящим в стоимость тура было проживание в условиях казармы с ежедневным подъёмом по тревоге и марш-бросками [4]. Данный проект, несомненно являясь перспективным, ввиду своей высокой стоимости, не может иметь массовый спрос.

Большой охват аудитории представлен в опыте реализации проектов российских специалистов по военному туризму. Сами проекты ориентированы не только на обеспеченных людей, но и людей со средним достатком, а также лиц из числа молодёжи, для которой посещение подобных мест особенно важно в воспитательных целях. Так, например, развитию военного туризма в Туле, в городе, прославившимся благодаря своему боевому оружию и героическим подвигами уроженцев, способствует не только наличие исторических мест жестоких сражений в рамках Великой Отечественной войны, но и действия администрации города по разработке тура, куда включена экскурсия в Тульскую воздушно-десантную дивизию. На её территории турист получает возможность познакомиться на практике с различными видами стрелкового оружия, поучаствовать в организации полевой кухни, а также принять участие в шоу-программе русской дружины «Крепость XVI век» (куда включены поединки на мечах, стрельба из пушек и пищалей, конный турнир), в заключение тура совершить экскурсию в Музей оружия [1 с. 15–18]. Такой комплексный подход к организации военного туризма на наш взгляд наиболее оптимальным для современного туриста, так как он позволяет последнему не только ознакомиться с историческими практиками, но и принять непосредственное участие в различных шоу-программ, удовлетворить свои досуговые потребности на высоком эстетическом, эмоциональном уровне.

Туристические агенты Российской Федерации стремятся привлекать туристов в отдалённые регионы страны. Примером этому может служить военный тур, организованный на Дальнем Востоке, а именно в Хасанском районе Приморского края. Особенностью данной местности является ее непосредственная близость с Японией. Туристам предлагают

попрактиковаться в управлении боевыми машинами, такими как БТР, БМП, Т-55АМ, а также обучиться стрельбе из крупнокалиберного пулемета, самоходного пулемета, башенного (100 мм) танкового орудия, ПТУР «Фагот» [2] Также, выбравшие программу этого тура, получают уникальную возможность принять участие в русско-японском ралли, проходящем через места, где раньше проходили ожесточённые сражения между русской и японской армиями. На наш взгляд, подобный опыт наглядно демонстрирует возможность использования военного исторического потенциала малонаселённых мест, или отдаленных от больших мегаполисов населенных пунктов для реализации уникальных по своему наполнению туристических программ в рамках рассматриваемой нами темы.

Нельзя не отметить, что функционирование любого из направлений туризма невозможно без соответствующей поддержки со стороны различных министерств, общественных организаций и объединений. В сфере военного туризма своеобразным подспорьем, служит спецпроект «Военно-исторический, патриотический туризм», организованный Евразийской туристической организацией [5]. Его суть заключается в посещении туристами мест боевых сражений, исторических мемориалов, музеев истории и краеведения. Как сообщают руководители этого проекта, их основными целями является укрепление дружбы народов, а также создание условий для патриотического воспитания граждан. Автор статьи видит перспективу в подобной инициативе, так как сотрудничество частных туристических агентств с региональными историческими музеями достаточно плодотворно и экономически выгодно с обеих сторон. Сотрудничество позволяет бюджетным учреждениям культуры, реализующие программы военного туризма получать дополнительные источники финансирования с одной стороны, а туристическим агентствам расширяет спектр своих предложений за счет использования ресурсной базы учреждений культуры, с другой стороны.

Подводя итог вышесказанному можно выделить следующее:

1. развитие военного туризма обусловлена явным и скрытым экономическим потенциалом военных объектов, стремлением государственных и коммерческих организаций к его монетизации;
2. военный туризм по мере своего развития получил различную интерпретацию в мировом туристическом бизнесе, успешно сочетая в себе как гуманистическую, так и коммерческую составляющую, но в тоже время, на появление новых направлений военного туризма влияют желание людей к экстремальным формам организации своего досуга;

3. опыт, транслируемый зарубежными туристическими организациями, может быть использован в Республики Беларусь с учётом ее исторического военного наследия.

#### Литература

1. Баюра, А. Н. Развитие военно-исторического туризма в России и Белоруссии / А. Н. Баюра, В. Н. Баюра // Вестн. Брест. гос. техн. ун-та. – 2011. – № 6. – С. 15–18.
2. Военный туризм в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.extremal.ru/other/1177413615/articles/1177421961.htm>. – Дата доступа: 24.08.2021.
3. История туризма : учебник / кол. авт. ; отв. ред. и сост. Ю. С. Путрик. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.
4. УкрТуризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ukrtourism.com/travel\\_in\\_ua/28-7-2007\\_15-27\\_52\\_1.html](http://www.ukrtourism.com/travel_in_ua/28-7-2007_15-27_52_1.html). – Дата доступа: 20.11.2021.
5. Eurasian Tourism Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eurasiatourism.org>. – Дата доступа: 16.11.2021.
6. Homes overseas [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.homesoverseas.ru/news/Horvatija\\_byvshij\\_voennyj\\_kompleks\\_perestrojat\\_v\\_turisticheskij\\_centr](https://www.homesoverseas.ru/news/Horvatija_byvshij_voennyj_kompleks_perestrojat_v_turisticheskij_centr). – Дата доступа: 18.11.2021.
7. MirSerpen.Ru: Маленькая Азия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mirserpen.ru/2013/11/forefront-military-tourism/>. – Дата доступа: 19.11.2021.

*Д. Д. Мухаметкалиева, магистрант I курса обучения  
специальности «Сценография грима»*

*Научный руководитель – канд. философ. наук, доцент А.А. Дадырова  
Казахский национальный университет искусств, г. Нур-Султан*

### **ОСОБЕННОСТИ И ТОНКОСТИ ГРИМА В ЖАНРЕ ИСТОРИЧЕСКОГО КИНО**

Исторический жанр в кино занимает особое место в кинематографе. Создать интересную, натуральную историю с историческими событиями это – сложное, трудоёмкое дело, но не менее захватывающее событие в жизни каждого режиссера и команды съёмочной группы. В свою очередь является важным элементом для работы художественного департамента в