

УДК 796/799

**Н. С. Пономарев<sup>1</sup>**

**Л. К. Тропина<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия. E-mail: prazhski@gmail.com

<sup>2</sup> кандидат педагогических наук, доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия. E-mail: l.k.tropina@urfu.ru

## **Спортивная форма как средство продвижения культурного наследия региона**

Целью данного исследования было предложить и обосновать новый концептуальный подход в дизайне спортивной формы как средства продвижения культурных и исторических традиций регионов. В ходе исследования была обоснована актуальность продвижения культурного наследия регионов в сфере спорта, выявлены тенденции в использовании художественных композиций в дизайне спортивной формы в мире, России и в Свердловской области, приведены результаты опроса болельщиков об их отношении к отражению культурного наследия в дизайне спортивной формы. Новизна исследования заключается в расширении представлений о тенденциях в дизайне спортивной формы в мире и России и его возможностях в популяризации культурного-наследия страны и региона. Исследование показало, что создание дизайна спортивной формы с опорой на культурное достояние стран и регионов является актуальной тенденцией развития спорта и может быть рекомендовано предприятиям спортивного дизайна в разработке новых стратегий и продуктов.

*Ключевые слова:* культурное наследие, спортивная форма, спортивный дизайн, регион, спортивный клуб, культурно-художественные элементы

**N. S. Ponomarev<sup>1</sup>**

**L. K. Tropina<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Master Student, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia. E-mail: prazhski@gmail.com

<sup>2</sup> Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia. E-mail: l.k.tropina@urfu.ru

## Sportswear as a Means of Promoting the Cultural Heritage of the Region

The purpose of this study was to propose and justify a new conceptual approach in the design of sports uniforms as a means of promoting the cultural and historical traditions of the regions. In the course of the study, the relevance of promoting the cultural heritage of the regions in the field of sports was substantiated, trends in the use of artistic compositions in the design of sports uniforms in the world, in Russia, and in the Sverdlovsk region were identified, the results of a survey of fans about their attitude to the reflection of cultural heritage in the design of sports uniforms were presented. The novelty of the study lies in the expansion of ideas about the trends in the design of sports uniforms in the world and in Russia and its capabilities in popularizing the cultural heritage of the country and the region. The study showed that the creation of a sports uniform design based on the cultural heritage of countries and regions is a current trend in the development of sports and can be recommended to sports design enterprises in the development of new strategies and products.

*Keywords:* cultural heritage, sportswear, sports design, region, sports club, cultural and artistic elements

**В**ведение. *Описание проблемы.* Спортивное зрелище в современном мире не ограничивается соревновательной и досугово-развлекательной функциями, расширяя рамки эстетического и информационного влияния на зрителя. Спортивная атрибутика, включая спортивную форму, является в современном спорте важным каналом продвижения. Игровая форма сегодня — это не только часть спортивной и фанатской экипировки, но и элемент современной моды.

В РФ 2022 год официально объявлен «Годом культурного наследия народов России», что предполагает актуальность популяризации народного искусства, памятников истории и культуры, этнокультурного многообразия и культурной самобытности. Спорт как социально-культурная сфера имеет высокий потенциал как инструмент популяризации культурного наследия страны и ее регионов, в силу охвата значительной аудитории [1].

Следует отметить, что профессиональные команды получают значительное финансирование из бюджета областей и республик, но мало пытаются популяризировать свои регионы на всероссийском и международном уровнях. Из года в год клубы презентуют однообразный, шаблонный дизайн спортивной формы, продвигают себя как бренды в отрыве от истории региона и его культурного наследия.

Таким образом, проблема, существующая в современном спорте в целом и в российском в частности, заключается в том, что культурно-просветительский потенциал спортивного зрелища недостаточно используется и может быть усилен через применение в дизайне спортивной формы и атрибутике художественных элементов. Это способствовало бы не только развитию спорта как такового, но и туризма, а также повышению интереса к истории и культуре стран и регионов. Данная проблема усугубляется тем, что предприятия спортивного сервиса, предоставляющие услуги спортивного дизайна, не готовы производить уникальный дизайн и работают по стандартным технологиям. Наличие данной проблемы обуславливает актуальность нашего исследования.

*Постановка задачи. Методика исследования.* Целью данного исследования было предложить и обосновать новый концептуальный подход в разработке дизайна спортивной формы, основанный на использовании художественных элементов с опорой на культурные и исторические традиции регионов, которые представляют спортсмены и спортивные клубы. В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи исследования:

1) проанализировать тенденции в использовании художественных элементов в дизайне спортивной формы на примере игровых видов спорта в мире и России;

2) исследовать использование культурного наследия в имиджевой продукции и дизайне спортивной формы ведущих профессиональных спортивных клубов на примере Свердловской области;

3) изучить отношение целевой аудитории к культурно-просветительской функции спортивного зрелища и спортивной форме как средству популяризации культурного наследия региона и предложить новый концептуальный подход в дизайне спортивной формы региональных спортивных клубов с использованием художественных элементов с опорой на культурные традиции.

В качестве методов исследования использовались: теоретический анализ научно-методической литературы, мониторинг СМИ и открытых информационных источников, анализ и синтез полученных данных, социологический опрос; методы математической обработки статистических данных.

*Результаты.* В рамках первой задачи исследования был проведен анализ использования художественных элементов, несущих культур-

но-просветительскую функцию, на примере футбольной экипировки, а точнее футбольных джерси (часть футбольной экипировки, представляющая собой топ из синтетического или смесового волокна). Он показал, что в последние годы трансформация дизайна футбольной формы в сторону усиления смысловой просветительской составляющей набирает популярность в мировом спорте. Системный разбор различных видов дизайна футбольных джерси позволил разделить их на семь групп: ретро-джерси и джерси, связанные с историческим прошлым команд; джерси с архитектурными мотивами; джерси с географическими и картографическими элементами; джерси с элементами изобразительного искусства; джерси, отсылающие к истории и культуре городов и стран; джерси, связанные с персоналиями и специальные джерси, выпущенные к памятным датам, праздникам, событиям и т. д. [2]. Изучение тенденций использования элементов историко-культурного наследия в дизайне спортивной формы российских спортивных клубов показало, что такие явления довольно редки и можно привести лишь одиночные примеры.

В рамках второй задачи были исследованы самые популярные символы и художественные изображения достопримечательностей Екатеринбурга и Свердловской области, в первую очередь, изучен ассортимент сувенирных магазинов города Екатеринбурга. Безусловным лидером на этом рынке является изображение ящерицы с маленькой короной, в которую превращалась Хозяйка Медной горы — героиня сказов знаменитого уральского писателя Павла Петровича Бажова. Благодаря другому сказу писателя «Малахитовая шкатулка» шкатулка из камня также является символом Урала. Герои бажовских сказов встречаются не только в сувенирной продукции, но и на гербах уральских городов: Ревды, Богдановича, Полевского.

Екатеринбург располагает значительным количеством архитектурных сооружений, которые могли бы стать основой для создания запоминающихся образов для спортивной атрибутики и спортивной формы, таких как дом купца Севастьянова, который являлся официальным символом Екатеринбурга на Чемпионате мира по футболу 2018 года в России, водонапорная башня, здание Уральского политехнического института (главный учебный корпус УрФУ на Мира, 19), панорама Екатеринбург-сити и другие. Из географических элементов в сувенирной продукции можно отметить реку Исеть, картографическую схему которой можно перенести на форму и разнообразить оби-

лием мостов, а также органично вписать силуэт Уральских гор в дизайн игровых футболок.

Анализ основных тенденций дизайна спортивной формы в Свердловской области был проведен на примере четырех ведущих спортивных профессиональных клубов Екатеринбурга: футбольного клуба «Урал», хоккейного клуба «Автомобилист», баскетбольного клуба «УГМК», волейбольного клуба «Уралочка-НТМК».

Дизайн формы футбольного клуба «Урал» представляет собой стандартный, шаблонный концепт от компании Nike. На протяжении девяти лет, в течение которых клуб находится в Российской Премьер-лиге, комплекты екатеринбургского клуба не были чем-то примечательным, кроме стильного сочетания традиционных оранжевого и черного цветов. Было несколько достаточно сдержанных экспериментов с изображением неброского графического дизайна (например в сезоне 2015/16). Был отмечен интересный ход на представление ретро-формы к 90-летию клуба в сезоне 2020/21, но команда вышла в ретро-футболках только из подтрибунного помещения, а матч играла в стандартной форме [3].

Клуб «Автомобилист» проводил очень яркие акции в 2016 и 2020 годах. В 2016 году была выпущена ретро-форма с измененной эмблемой, которая использовалась в 80-х годах XX века, а в верхней части формы были нанесены картографические контуры Свердловской области с памятной цифрой 70 — в честь 70-летия свердловского хоккея [4]. В 2020 году появились свитера, посвященные основанию свердловского рок-клуба. В нижней части был изображен гриф гитары с надписью «Рок-клуб Свердловск», фраза была написана нестандартным шрифтом [5].

Женский баскетбольный клуб «УГМК» напрямую не использует в дизайне спортивной формы какие-либо ассоциативные связи с Уральским регионом. При этом на форме располагается символ клуба — лисица, посвященный знаменитой уральской баскетболистке Ольге Коростелевой, двухкратной олимпийской чемпионке, которая считалась самой хитрой баскетболисткой Советского Союза, что, безусловно, является отражением спортивных традиций Уральского региона [6]. Дизайн клубной формы нельзя назвать шаблонным: привлекают внимание эффектные оранжевые «языки пламени», яркая надпись «УГМК», оранжевая окантовка, эмблема клуба.

Основным цветом волейбольного клуба «Уралочка-НТМК» является зеленый, резервная форма — красная. В концепт игровых маек

вписана эмблема клуба — ящерка из сказов П. П. Бажова, восседающая на волейбольном мяче. Этот компонент спортивной формы, безусловно, привлекает внимание зрителей и вызывает симпатию к клубу за уважение к традициям, осознание причастности к истории и культуре своего региона [7]. Анализ дизайна спортивной формы ведущих спортивных клубов Екатеринбурга показал большие перспективы в создании дизайна формы с элементами культурно-художественного и исторического наследия. Есть удачный опыт, есть примеры нетипичной формы.

Для решения третьей задачи исследования был проведен опрос на тему «Использование культурно-художественных элементов при создании дизайна спортивной формы». Термин «культурно-художественные элементы» имеет прикладное значение для нашего исследования, но не определен в научной литературе. Под термином «культурно-художественные элементы» мы подразумевали продукты художественного творчества, в форме изображений или иных материальных объектов, несущие в себе отражение культурного наследия страны или региона.

Опрос проводился с использованием интернет-сервиса Google Form среди студентов и преподавателей вузов Екатеринбурга и Омска различных направлений, а также людей не из вузовской среды, активно интересующихся спортом высших достижений. В опросе приняли участие 104 человека. 62,5 % из опрошенных — мужчины, 37,5 % — женщины. 27,9 % — молодые люди и девушки в возрасте от 16 до 21 года, 58,6 % опрошенных находятся в возрастной категории от 21 до 30 лет, и 13,5 % респондентов — люди старше 30 лет. Основными результатами опроса можно считать следующие. Согласны с утверждением, что профессиональный спорт несет в себе культурно-просветительскую функцию 70,2 % опрошенных; 50 % целенаправленно не следят за формой спортсменов, но обращают внимание на необычный дизайн и расцветки, а 40,4 % следит за визуальной частью, и она является очень важным элементом при просмотре соревнований; 55,8 % опрошенных полагают, что спортивная форма является лишь одним из аспектов имиджа команд, но не зависит от него напрямую, а вот 29,8 % связывают имидж и форму напрямую; 61,5 % респондентов считают отличным решением, использование культурно-художественных и исторических элементов в дизайне спортивной формы, а 27,9 % высказались о том, что это хорошая идея при условии использования не слишком

броских концептов; в выборе респондентами видов культурно-художественных элементов лидирующие позиции заняли орнаменты и символы, характерные для культуры региона (66,3 %) и географические объекты (47,1 %), 37,5 % и 31,7 % опрошенных считают, что актуальными были бы элементы живописи и скульптуры и культовые архитектурные сооружения региона соответственно.

Таким образом, анализ показал что большинство респондентов положительно относится к идее создания дизайна, который будет основан на культурных и исторических традициях регионов. Респонденты соглашались с мыслью о том, что спорт несет в себе культурно-просветительский потенциал. При выборе конкретных элементов большую симпатию у публики вызывают орнаменты и символы, характерные для отдельных регионов страны.

*Выводы.* Обобщая результаты проведенного исследования, можно сделать вывод, что мировой опыт создания формы с опорой на культурное достояние стран и регионов становится богаче, перерастает в тенденцию и становится трендом развития спорта как общественного явления. Социум стремится к самовыражению, в условиях массового производства одежды и экипировки у игроков, клубов и болельщиков появляется стремление к самореализации за счет необычного дизайна. Опрос целевой аудитории показал, что большинство респондентов положительно относится к идее создания дизайна, который будет основан на культурных и исторических традициях регионов. Предложенный концептуальный подход может быть использован не только в дизайне спортивной формы профессиональных спортивных клубов, но и детских спортивных команд, представляющих свой регион на российских и международных соревнованиях, что будет вносить вклад в патриотическое воспитание поколения и формирование интереса к истории и традициям своей малой Родины.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Мунханова Ю. А., Бекетова Т. С. Применение этнокультурных символов в спортивной айдентике // Инновации в социокультурном пространстве : материалы XIV Международной научно-практической конференции, Благовещенск, 22 апреля 2021 года. Благовещенск : Амурский государственный университет, 2021. С. 48–51.

2. Classic football shirts. URL: <https://www.classicfootballshirts.co.uk/> (дата обращения: 22.05.2022).

3. Шитик И. «Урал» вышел на матч с «Зенитом» в специальной ретро-форме. URL: <https://www.sport-express.ru/football/rfpl/news/ural-vyshel-na-match-s-zenitom-v-specialnoy-retro-forme-1711888/> (дата обращения: 22.05.2022).

4. Балабанов А. «Автомобилист» представил ретро-форму на предсезонные матчи. URL: <https://www.sports.ru/hockey/1042092265.html> (дата обращения: 22.05.2022).

5. «Автомобилист» провел рок-матч: пригласил вокалиста «Агаты Кристи» и сделал форму с гитарой. URL: <https://sport.business-gazeta.ru/article/251141> (дата обращения: 20.05.2022).

6. Ассоциация «Баскетбольный клуб «УГМК» г. Екатеринбург. URL: <https://basket.ugmk.com/club/history/> (дата обращения: 23.05.2022).

7. «Уралочка»: [сайт]. URL: <https://www.uralochka-vc.com/> (дата обращения: 23.05.2022).

## References

1. Munhanova Yu. A., Beketova T. S. (2021). *Primenenie etnokulturnykh simvolov v sportivnoj ajdentike* [The use of ethno-cultural symbols in sports identity]. In: *Innovatsii v sotsiokul'turnom prostranstve* [Innovations in the socio-cultural space: Proceedings of the XIV International Scientific and Practical Conference, Blagoveshchensk, April 22, 2021]. Blagoveshchensk, Amur State University, p. 48–51. (In Russ).

2. Classic football shirts. URL: <https://www.classicfootballshirts.co.uk> (accessed: 22.05.2022)

3. Shitik I. «Ural» vyshel na match s «Zenitom» v specialnoj retro-forme [“Ural” went to the match with “Zenith” in a special retro uniform]. URL: <https://www.sport-express.ru/football/rfpl/news/ural-vyshel-na-match-s-zenitom-v-specialnoy-retro-forme-1711888/> (accessed: 22.05.2022). (In Russ).

4. Balabanov A. «Avtomobilist» predstavil retro-formu na predsezonnnye matchi [“Avtomobilist” presented a retro uniform for pre-season matches]. In: News resource “Sports.ru”. URL: <https://www.sports.ru/hockey/1042092265.html> (accessed: 22.05.2022). (In Russ).

5. «Avtomobilist» provol rok-match: priglasil vokalista «Agaty Kristi» i sdelaformu s gitaroy [“Avtomobilist” held a rock match: he invited the vocalist of “Agatha Christie” and made a uniform with a guitar]. URL: <https://sport.business-gazeta.ru/article/251141> (accessed: 20.05.2022). (In Russ).

6. *Associaciya «Basketbolnyj klub «UGMK» g. Ekaterinburg* [Association “Basketball club” UMMC “Ekaterinburg”]. URL: <https://basket.ugmk.com/club/history/> (accessed: 23.05.2022). (In Russ).

7. «Uralochka» [Uralochka, official website]. URL: <https://www.uralochka-vc.com/> (accessed: 23.05.2022). (In Russ).