

пенгеймер» заработали более \$230 млн, став четвертым самым кассовым уик-эндом в истории США.

«Барбенгеймер» — это не просто две кинокартины, выпущенные в прокат в один день, а яркий пример успешных и оригинальных рекламных кампаний, синергетический эффект которых наглядно продемонстрировал все возрастающую роль киномаркетинга и его значимость в процессе продвижения киноискусства. Для многих кинолюбителей «Барби» и «Оппенгеймер» стали ассоциируемой частью «маркетингового дуэта», столь успешно прозвучавшего на мировой киносцене.

Библиографический список

1. Шевченко Д.А. Киномаркетинг: теория и практика продвижения // Практический маркетинг. 2013. №12 (202). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kinomarketing-teoriya-i-praktika-prodvizheniya> (дата обращения: 14.01.2024).
2. Variety : [электронный ресурс]. URL: <https://variety.com/2023/film/box-office/barbie-marketing-campaign-explained-warner-bros-1235677922/> (дата обращения: 14.01.2024)
3. Forbes : сайт. — URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/493412-rashody-na-prodvizhenie-barbi-okazalis-vyse-budzeta-na-proizvodstva-filma> (дата обращения: 14.01.2024)
4. Кинопоиск : [электронный ресурс]. — URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4008133/> (дата обращения: 14.01.2024)

УДК 316.7

Филатова Анастасия Витальевна

студентка кафедры культурологии и дизайна

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

Научный руководитель: Лахтионова Елизавета Сергеевна

ПОТРЕБНОСТЬ ЖИТЕЛЕЙ В ИНФОРМИРОВАНИИ О ПРОВОДИМЫХ В ГОРОДЕ КУЛЬТУРНО-РЕЛИГИОЗНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЕКАТЕРИНБУРГ)

Аннотация. В статье рассмотрена потребность жителей в информировании о проводимых в Екатеринбурге религиозных мероприятиях, которые могут представлять собой значимую составляющую в процессе понимания истории и культуры города.

Изучение актуальности вопроса среди населения основано на анализе результатов специально проведенного опроса. В процессе было выявлено: возможные барьеры в получении информации по теме, осознание недостаточной осведомленности в некоторых вопросах и способ восполнения этого дефицита. Ключевые слова: культурно-религиозные мероприятия, информированность населения.

Filatova A.V.

*Ural Federal University named after the first President of Russia
B. N. Yeltsin*

THE NEED OF RESIDENTS IN INFORMING ABOUT CULTURAL AND RELIGIOUS EVENTS HELD IN THE CITY (ON THE EXAMPLE OF THE EKATERINBURG CITY)

Annotation. The article considers the need of residents to be informed about religious events held in Yekaterinburg, which can represent a significant component in the process of understanding the history and culture of the city. The study of the relevance of the issue among the population is based on the analysis of the results of a specially conducted survey. In the process it was revealed: possible barriers in obtaining information on the topic, awareness of insufficient knowledge in some issues and the way to fill this deficit. Keywords: cultural and religious activities, public awareness.

Религия, как неотъемлемая часть культуры, проникает в самые глубины общественного сознания, оставляя свой след в историческом наследии каждого города. В контексте Екатеринбурга, синтезирующего эти три составляющих человеческой жизни (историю, культуру и религию), информирование об организуемых культурно-религиозных событиях может обеспечить доступ к разнообразному культурному наследию и возможности его сохранения и популяризации. Однако есть ли у населения столицы Урала потребность в таком осведомлении? Для получения информации по этому вопросу было проведено исследование в виде онлайн-опроса среди жителей Екатеринбурга, результаты которого представлены ниже.

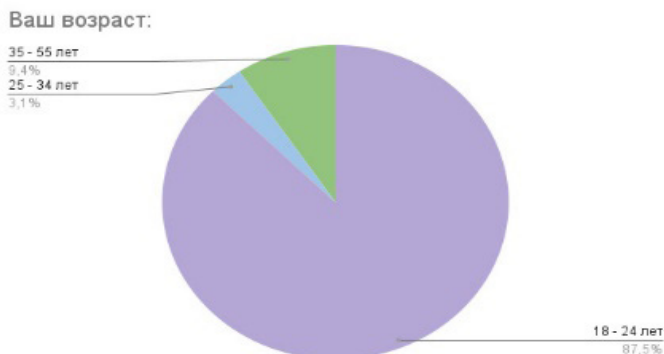


Рис. 1 – Вопрос о возрасте респондентов.

Всего в анкетировании приняло участие 64 человека, из них 51 женщина и 13 мужчин. Их возраст варьировался в пределах (рисунок 1): 18 – 24 лет – 87,5% (56 человек), 25 – 34 лет – 3,1% (2 человека), 35 – 55 лет – 9,4% (6 человек).

Не причастными к какой-либо вере считают себя 46% респондентов (29 человек), а 54% (34 человека) относят себя к разным конфессиям, среди которых христианство (55,9%) и ислам (8%).

Опрос начинается с небольшого текста, вводящего респондентов в рассмотрение религии как культурно-исторического феномена: «Религия – значимая часть культуры. Необязательно быть причастным к какому-либо вероисповеданию, чтобы быть заинтересованным в культурно-исторической составляющей жизни общества, ведь, приезжая в Санкт-Петербург, большинство людей идет внутрь Казанского или Исаакиевского собора преимущественно с целью ознакомления, а не постижения местного вероучения. Почему бы не сделать подобное в Екатеринбурге?».

«Почему бы не сделать подобное в Екатеринбурге?» – первый вопрос для участников анкетирования, исходя из ответов на который (рисунок 2), можно понять, что 19,4% респондентов не заинтересованы в рассмотрении религии как части культурно-исторического наследия, а, значит, не являются публикой, имеющей потребность в каком-либо информировании по этой теме, 65,3% – осознают неосведомленность в вопросе, 15,3% участников опроса уже посещают религиозные мероприятия и соответствующие сооружения.

Почему бы не сделать подобное в Екатеринбурге?



Рис. 2 – Вопрос 1.

В структуре опроса применена логика ветвления (новый вопрос появляется в зависимости от ответа на предыдущий), поэтому результаты первой ветви вопросов получились такими:

Если вы не знаете о том, какие мероприятия проводятся, заинтересованы ли вы узнавать информацию-расписание о них?

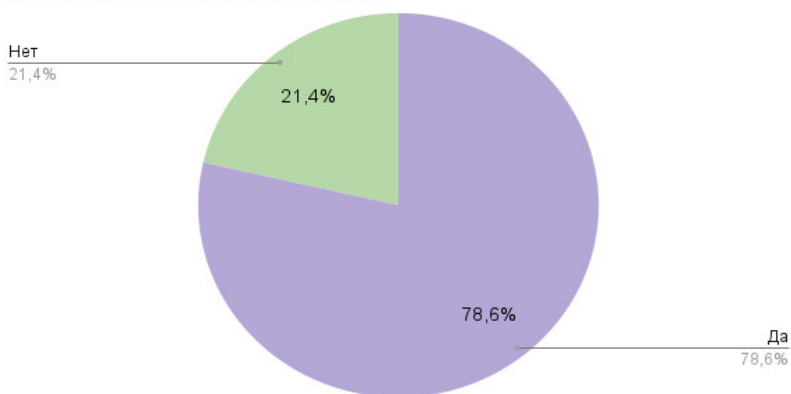


Рис. 3 – Вопрос 1-ой ветви.

Среди не знающих о том, какие мероприятия в религиозных сооружениях проводятся (рисунок 3), 78,6% участников заинтересованы в получении соответствующей информации, 21,4% – нет.

На основе этих данных можно предположить, что незнание о проводящихся мероприятиях есть барьер к посещению религиозных сооружений, и, получается, при должном осведомлении количество людей, которые захотят и действительно начнут посещать такие мероприятия и сооружения, может возрасти.

Ответившим «нет» также предоставлялся необязательный открытый вопрос: «Не могли бы объяснить почему Вы не заинтересованы?», среди причин нежелания знать упоминали:

«Не религиозный человек, ни во что не верю и не вижу смысла приходить на какие-то религиозные таинства, мне кажется я могу помешать заинтересованным людям, нарушить какие-то религиозные законы, так как ничего об этом не знаю»;

«Наверняка, это будут события, которые связаны с верой, и мне не хочется такое посещать. А другие мероприятия будут выглядеть странно»;

«Кажется, что все мероприятия в церквях связаны с идеологической составляющей и религиозной тематикой».

На основе этих ответов можно заметить и выделить значимость контекста при информировании, заключающейся в создании населению такого сообщения, в котором непосредственный религиозный характер мероприятий будет восприниматься как приобщение, интерес к культуре и истории, а не пропаганде какой-либо религии.

Хотели бы Вы узнать, можно ли посещать религиозные сооружения и события в них, будучи неверующим/исповедующим другую религию?

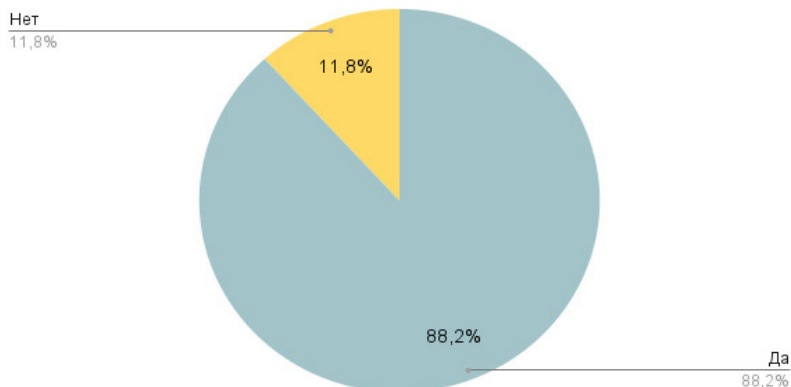


Рис. 4 – Вопрос 2-ей ветви.

Вторая ветвь опроса начинается с вопроса «Хотели бы Вы узнать, можно ли посещать религиозные сооружения и события в них, будучи неверующим/исповедующим другую религию?» (рисунок 4). 88,2% респондентов заинтересованы в получении информации, 11,8% – нет.

Однако при ответе на следующий вопрос о заинтересованной также получать информацию-расписание о проводимых мероприятиях в религиозных сооружениях уже 56,3% людей ответили положительно, а 43,8% остались незаинтересованными.

Получается, большинство участников опроса имеют потребность в получении информации о возможности и условиях посещения религиозных сооружений, а больше половины даже может стать потенциальными посетителями этих зданий и проводимых в них мероприятий.

По результатам третьей ветви анкеты получились следующие результаты: из уже посещающих религиозные мероприятия и сооружения 66,7% респондентов делают это по причине своего вероисповедания, а 33,3% из интереса к культуре (рисунок 5).

Если вы посещаете религиозные мероприятия и соответствующие сооружения, то

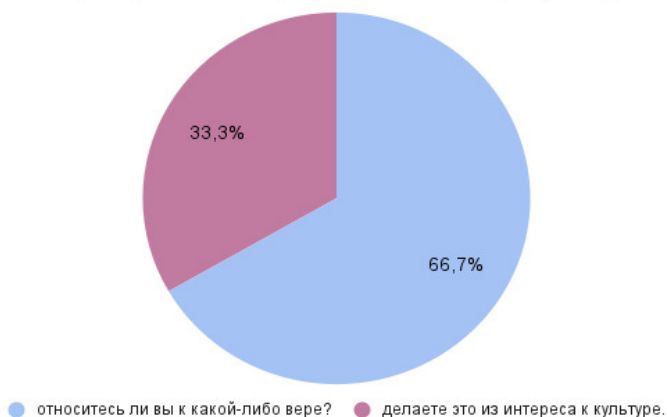


Рис. 5 – Вопрос 3-ей ветви.

По способу поиска информации о проводимых мероприятиях в открытом вопросе анкеты некоторые респонденты поделились:

«случайно»;

«от родственников» (2), «от знакомых»;

«пытаюсь через социальные сети, но информации мало», «СМИ», «интернет» (2); «сайты храмов».

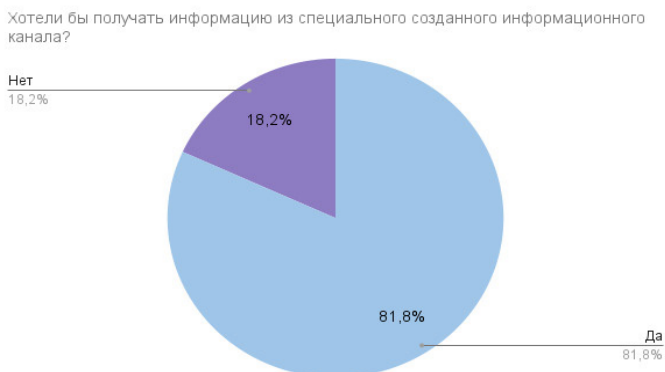


Рис. 6 – Вопрос 3-ей ветви.

На основе полученных ответов можно предположить, что процесс поиска и получения информации о мероприятиях затруднен: нужно быть в заинтересованном в религии окружении, которое может поделиться знаниями, или же просматривать какое-то количество сайтов религиозных сооружений по-отдельности. Вероятно, по этой причине 81,8% респондентов этой ветви заинтересованы получать информацию через специально созданный информационный канал (рисунок 6).

Рассматривая заинтересованность получения информации трех разных ветвей в общей совокупности («Если вы не знаете о том, какие мероприятия проводятся, заинтересованы ли вы узнавать информацию-расписание о них?» «Хотели бы Вы узнать, можно ли посещать религиозные сооружения и события в них, будучи неверующим/исповедующим другую религию?», «Хотели бы также узнавать информацию-расписание о мероприятиях, проводимых в этих религиозных сооружениях?»), можно вычислить, что 71,9% (46 человек из 64) всех респондентов имеют потребность в информировании.

А по способу осведомления telegram-канал в совокупности получил большее количество упоминаний – 60,1% (28 раз), группа в «ВК» – 41,3% (19 раз), отдельный сайт – 30,4% (14 раз) (рисунок 7).

Каким образом вы заинтересованы узнавать информацию?

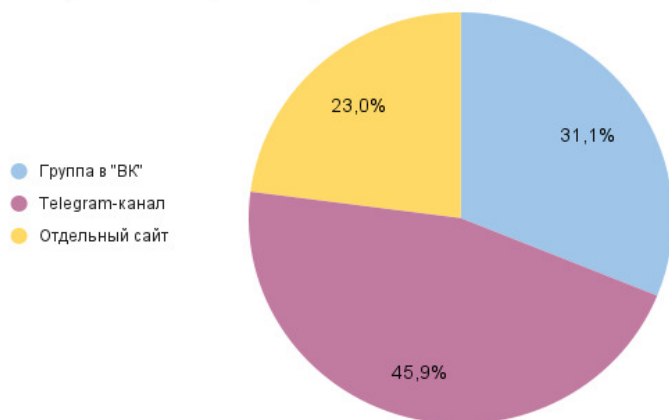


Рис. 7 – Способ информирования.

Исходя из результатов проведенного исследования, можно предположить, что жителям Екатеринбурга недостаточно существующих источников информации, которые бы знакомили их с культурной жизнью города в плане проводимых на его территории религиозных мероприятий. Можно отметить, что у интервьюируемых есть потребность восполнить дефицит информации в этом направлении. Здесь будет уместным создание какого-то единого информационного канала, позволяющего расширить знание гостей и жителей столицы Урала как о городе, имеющем богатейшую историю, обладающим целым спектром религиозных и культурных памятников через проводимые в нем мероприятия.

Библиографический список

1. Акилова М. М. Религия как часть культуры и ее роль в общественной жизни Таджикистана / М. М. Акилова // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Серия гуманитарно-общественных наук. – 2013. – № 4(37). – С. 261-269. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=21191687> (дата обращения: 25.03.2024).
2. Илакавичус М. Р. Построение эффективных образовательных практик современного религиозного образования / М. Р. Илакавичус, М. С. Якушкина // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 4: Педагогика. Психология. –

2013. – № 4(31). – С. 18-25. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=21160219> (дата обращения: 25.03.2024).

3. Лебедев С. Д. Социальный запрос на знание о религии в современном российском обществе в оценках экспертов / С. Д. Лебедев, В. А. СклЯрова // Научный результат. Социология и управление. – 2019. – Т. 5, № 2. – С. 25-36. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=40877910> (дата обращения: 25.03.2024).

4. Микрюкова К. В. Религия как часть культуры в исследованиях коммуникации / К. В. Микрюкова // Аллея науки. – 2019. – Т. 3, № 12(39). – С. 151-155. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=42517173> (дата обращения: 25.03.2024).

5. Функ Д. А. Религиозная составляющая современной культурной идентичности народов Севера и Сибири: введение к специальной теме номера / Д. А. Функ // Сибирские исторические исследования. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/religioznaya-sostavlyayuschaya-sovremennoy-kulturnoy-identichnosti-narodov-severa-i-sibiri-vvedenie-k-spetsialnoy-teme-nomera> (дата обращения: 25.03.2024).

УДК 747

Цыганкова Екатерина Константиновна

*магистрант Магнитогорского государственного технического
университета им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск
e-mail: tsyganakovak@icloud.com*

Научный руководитель: Екатеринушкина Анна Владимировна

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ВТОРИЧНОЙ ПЕРЕРАБОТКИ МАТЕРИАЛОВ В ПРОЕКТИРОВАНИИ МЕБЕЛИ ДЛЯ ЧАСТНОЙ ИЗОСТУДИИ

Аннотация. В данной статье рассмотрен метод вторичной переработки материалов в проектировании мебели для частной изостудии. Метод вторичного использования и переработки – это процесс обработки отходов с целью создания новых продуктов или материалов. Вторичная переработка позволяет уменьшить количество отходов, сократить нагрузку на окружающую среду и эффективно использовать ресурсы. Интерьер, организованный с использованием вторичных материалов, оказывает положительное влияние на его восприятие и вдохновляет на творчество.

Ключевые слова: экология, вторичные материалы, метод, рециклинг, ресайклинг, изостудии.