

## СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ СРЕДСТВАМИ РЕКЛАМЫ

**Е.В. Попова**, канд. ист. наук

**В.В. Утиркина**, студент

**Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина  
(Россия, г. Рязань)**

***Аннотация.** В данной работе рассматриваются аспекты значимости историко-культурного наследия народа и необходимости их сохранения. Авторы приводят определения терминам «историко-культурное наследие», «культурные ценности», называют объекты всемирного наследия на территории России. Сегодня многие памятники истории находятся в неухоженном состоянии. В статье рассмотрены несколько проектов, привлекающих внимание к этой проблеме разными средствами, включая рекламу. Подобные проекты охватывают разные возрастные группы. Рекламные технологии делают их доступными и современными.*

***Ключевые слова:** историко-культурное наследие, интернет, реклама, ролик, проект.*

Любое государство имеет свою неповторимую историю и долг каждого уважающего себя человека помнить и чтить историко-культурное наследие своего народа. Это действительно наш долг, наша обязанность, которая к тому же прописана в статье 44 Конституции РФ.

Важным и необходимым является понимание термина «историко-культурное наследие». В законе «Об охране и использовании памятников истории и культуры» от 11 августа 1978 года в качестве синонима категории «историко-культурное наследие» дано понятие «памятники истории и культуры», которое определяется следующим образом: «Памятниками истории и культуры являются сооружения, памятные места и предметы, связанные с историческими событиями в жизни народа, развитием общества и государства, произведения материального и духовного творчества, представляющие историческую, научную, художественную или иную культурную ценность» [1].

В «Конвенции о мерах, направленных на запрещение и предупреждение незаконного ввоза, вывоза и передачи права собственности на культурные ценности» (1970) дано следующее определение: «Культурными ценностями считаются ценности религиозного или светского характера, которые рассматриваются каждым государством как представляющие значение для археологии, доисторическо-

го периода, истории, литературы, искусства и науки и которые относятся к перечисленным ниже категориям:

- редкие коллекции и образцы флоры и фауны, минералогии, анатомии;
- археологические находки и археологические открытия;
- ценности, касающиеся истории, включая историю науки и техники, историю войн и обществ, а также связанные с жизнью национальных деятелей, мыслителей, ученых и артистов и с крупными национальными событиями;
- этнологические материалы, художественные ценности, такие как полотна, картины и рисунки целиком ручной работы на любой основе и из любых материалов, оригинальные произведения скульптурного искусства, гравюры;
- старинные предметы более чем 100-летней давности, такие как надписи, чеканные монеты и печати;
- редкие рукописи, старинные книги, документы и издания, представляющие особый интерес» [2].

Некоторыми объектами всемирного наследия на территории России, включенных в список ЮНЕСКО, являются следующие:

- 1) Московский Кремль и Красная площадь;
- 2) Исторический центр Санкт-Петербурга и дворцово-парковые комплексы его окрестностей;

- 3) Погост Кижь;
- 4) Исторические памятники Новгорода и его окрестностей;
- 5) Историко-культурный комплекс Соловецких островов;
- 6) Белокаменные памятники Владимиро-Суздальской земли;
- 7) Троице-Сергиева Лавра;
- 8) Церковь Вознесения в Коломенском.

Как известно, Международный день памятников и исторических мест 18 апреля 2017 года прошёл под девизом «Сохраним нашу историческую родину» [3]. Этот День установлен в 1982 году Ассамблеей Международного совета по вопросам охраны памятников и достопримечательных мест (ICOMOS), созданной при ЮНЕСКО. Данное мероприятие - хороший повод привлечь внимание широкой общественности и представителей власти к вопросам защиты и сохранения различных местных памятников и исторических мест и объектов всемирного культурного наследия.

Проблема сохранения историко-культурного наследия в современных условиях приобрела особую актуальность. Физическое состояние многих из них, находящихся под охраной государства продолжает ухудшаться и характеризуется в наше время как неудовлетворительное. Одним из важнейших критериев на пути сохранения наследия является осознание значимости культурных и исторических ценностей для каждого человека.

В век информационных технологий люди уделяют всё больше внимания телевидению, Интернету, средствам массовой информации. В связи с этим обратим внимание на Интернет - проект «Место памяти», приуроченный к 75-летию начала Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. Цель проекта – сохранение объектов военно-исторического наследия. Как сообщает Министерство молодежной политики и спорта, суть проекта заключается в создании общественного информационного ресурса в Интернете, как платформы для мониторинга состояния вечных огней, памятников и захоронений. По мнению разработчиков портала,

неравнодушные люди, загрузив фотографию памятника, находящегося в неприглядном состоянии, привлекут внимание, в том числе местных властей, которые должны отреагировать на информацию и оказать содействие в его восстановлении. После реставрационных работ первоначальная фотография будет заменяться кадром с обновленным памятником [4].

Наряду с Интернетом значительную роль в жизни человека играет реклама. Одной из её главных задач является донесение информации до потребителя о качестве товара, о полезных свойствах и выгоде его использования. В нашей отечественной рекламе находят отражение разные стороны национального менталитета, в том числе и такая его составляющая, как историческая память нации. Заметным элементом информационной насыщенности рекламных текстов последних лет стали исторические факты, персонажи, упоминания о конкретных событиях.

Одним из успешных примеров является серия рекламных роликов банка Империял «Всемирная история». Они выглядят как мини-фильмы, которые зрители могли с интересом наблюдать. Данная реклама с историческим сюжетом отличалась высоким качеством выполнения и не теряет своей актуальности до сих пор. Цитату из ролика «Звезду Александру Васильевичу» активно использовали в повседневной жизни. Сейчас подобную идею можно увидеть в рекламе сухариков «хрустем», но она выполняет больше развлекательную, а не просветительскую функцию.

Так же интересен к рассмотрению видео ролик от компании «Сбербанк». Он был выпущен совместно с их проектом #Искусство сохранять. В рамках данного проекта каждый желающий мог бесплатно насладиться многообразием и богатством коллекций изобразительного искусства, хранящихся в российских музеях.

Необходимо отметить и промо-ролик, представленный Третьяковской галереей в поддержку выставки Ивана Айвазовского. В основе ролика - первые секунды после смерти великого художника, кото-

рого не стало 2 мая 1900 года в Феодосии, в возрасте восьмидесяти трех лет. В тот день Иван Константинович начал писать картину «Взрыв турецкого корабля», которая осталась незаконченной. Выставка вызвала огромный ажиотаж, и её посетило 300 тысяч человек. Говоря о Третьяковской галерее, хотелось бы упомянуть совместный проект с компанией «News Outdoor», в рамках которого на улицах российских городов вместо рекламных плакатов были размещены шедевры мировой живописи. Цель данной акции – привлечение внимания широкой аудитории к национальным культурным ценностям.

Современное развитие исторической тематики в российской рекламе позволяет предположить, что такая реклама может содействовать и преодолению отчу-

ждения от собственного исторического опыта, которое в некоторые периоды истории также имело место в нашей стране. Однако отказ от своей истории как от ценности чреват неприятными последствиями. Если же современная реклама в какой-то мере поможет искоренить историческое беспамятство и станет содействовать развитию уважения и интереса к родной истории, то можно будет говорить о том, что она выполняет не только коммерческие, но и важные социальные функции.

Сохранение историко-культурного наследия не может быть задачей какого-то одного конкретного человека, каждый из нас способен внести свой вклад в это значимое дело. Ведь сохраняя прошлое, мы продлеваем будущее.

#### **Библиографический список**

1. *Мадар. 3. ЧССР. Законодательство и управление в области окружающей среды.* М.: Прогресс, 1981. 288 с.
2. *Предотвращение незаконной торговли культурными ценностями.* Справочник по выполнению Конвенции ЮНЕСКО 1970 года / П. Аскеруд и Э. Клеман. М.: Юни-Принт, 2002. 261 с.
3. «Сохраним нашу историческую родину». 18 апреля – Международный день памятников и исторических мест. URL: <https://samsud.ru/blogs/hroniki-samarochki/-sohranim-nashu-istoricheskuyu-rodinu-18.html> (дата обращения: 16.08.2018)
4. *Российское военно-историческое общество создаст социальную сеть с картой мест памяти о войне.* URL: <http://www.narodsobor.ru/events/culture/29238-rossijskoe-voenno-istoricheskoe-obshhestvo-sozdast-soczialnuyu-set-s-kartoj-mest-pamyati-o-vojne?format=pdf> (дата обращения: 18.08.2018)

**PRESERVATION OF HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE BY MEANS OF ADVERTISING**

**E.V. Popova**, *candidate of historical sciences*

**V.V. Utirkina**, *student*

**Ryazan state university named after S.A. Yesenin**  
**(Russia, Ryazan)**

***Abstract.** In this paper we consider the aspects of the importance of historical and cultural heritage of the people and the need to preserve them. The authors give definitions of the terms "historical and cultural heritage", "cultural values", call the world heritage sites in Russia. Today, many historical monuments are in unkempt condition. The article discusses several projects that draw attention to this problem by different means, including advertising. Such projects cover different age groups. Advertising technologies make them accessible and modern.*

***Keywords:** historical and cultural heritage, Internet, advertising, video, project.*