



**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
СОЦИАЛЬНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**
Сборник научных статей

Current Trends of Social
Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles

Ижевск
2017

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

The Russian Federation Ministry of Education and Science
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“Udmurt State University”
Institute of Social Communications

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Сборник научных статей

Current Trends of Social Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles



ИЖЕВСК
Izhevsk
2017

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

Журнал включен
в реферативную базу РИНЦ

Научный редактор:
доктор исторических наук, профессор Г.В. Мерзлякова.

Редакционная коллегия: к. и. н., доцент Л. В. Баталова,
к. и. н., доцент С. А. Даньшина,
зам. дир. по международным связям Н. А. Кононова,
к.п.н., доцент Е. И. Михалёва (ответственный редактор).

А 437 Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Сборник научных статей. (Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 30 октября 2017 г., Ижевск) / Под. ред. Г. В. Мерзляковой, Л. В. Баталовой, С. А. Даньшиной, Н. А. Кононовой, Е. И. Михалёвой – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2017. – 320 с.

ISBN 978-5-4312-0535-4

В сборнике представлены статьи посвященные исследованиям социально-коммуникативных процессов, развитию медиакоммуникаций, изучению инновационных возможностей регионального туризма.

Данный сборник предназначен для исследователей в области гуманитарных наук, а также для специалистов, интересующихся различными аспектами практической деятельности и современными технологиями в области интернет-пространства, организации деятельности в области рекламы, связей с общественностью, туризма и молодежной политики. Материалы сборника могут быть использованы студентами, магистрантами и преподавателями в учебном процессе.

В сборнике представлены статьи ученых и преподавателей из г. Кирова, Москвы, Нью - Йорка, Парижа, Томска, Ярославля и др.

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

ISBN 978-5-4312-0535-4

© Удмуртский государственный университет, 2017
© Авторы статей, 2017
6© Г. В. Мерзлякова, Л. В. Баталова, С. А. Даньшина,
Н. А. Кононова, Т. В. Овсянникова состав, 2017

УДК 373.01:796.01-053.6(045)

Абашева Елена Рафисовна.

магистрант направления «Организация и управление молодежными и общественными организациями»

ФГБОУ ВО «УдГУ»

Россия, г. Ижевск

Abasheva.len@yandex.ru

Abasheva Elena R.

Udmurt State University

Russia, Izhevsk

Научный руководитель

Чернышева Ирина Васильевна

к. и. н., доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций

ФГБОУ ВО «УдГУ»

Россия, г. Ижевск

Iva-0306@yandex.ru

Chernysheva Irina V.

Udmurt State University

Russia, Izhevsk

О РОЛИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ПОДРОСТКОВ

ON THE ROLE OF SOCIAL ADVERTISING IN THE FORMATION OF A HEALTHY LIFESTYLE OF LIFE OF ADOLESCENTS

Аннотация

В статье рассматривается роль социальной рекламы в формировании здорового образа жизни подрастающего поколения. Социальная реклама является одним из инструментов эмоционального воздействия на сознание людей, она популяризирует и закрепляет в сознании индивида положительный пример активного и здорового образа жизни. Роль социальной рекламы в формировании здорового образа жизни вытекает из целей социальной рекламы и заключается в позитивных изменениях поведения социума или отдельных его групп. Предметом ее влияния является формирование ценностей, направленных на сохранение здоровья и ведения здорового образа жизни.

Ключевые слова: ЗОЖ, социальная реклама, подростки, здоровье.

Abstract

The article discusses the role of social advertising in the formation of healthy lifestyle of the teenagers. Social advertising is one of the tools of emotional impact on people's consciousness. Social advertising popularizes and consolidates in the mind of the individual a positive example of an active and healthy lifestyle. The role of social advertising for a healthy lifestyle follows from the goals of social advertising and consists in positive changes in the behavior of the society or its individual groups. The subject of its influence is the formation of values aimed at maintaining health and maintaining a healthy lifestyle.

Key words: healthy lifestyle, social promotion, teenagers, health.

«Здоровый образ жизни» - это гигиеническое поведение, базирующееся на научно-обоснованных санитарно-гигиенических нормативах, направленных на сохранение и укрепление здоровья, обеспечения высокого уровня трудоспособности, достижения

активного долголетия. Такова формулировка этого понятия, зафиксированная в Международном терминологическом словаре санитарного просвещения [1, с.87]. По определению Лисицына Ю.П. – «Здоровый образ жизни – это способ жизнедеятельности,

направленный на сохранение и улучшение здоровья людей [3. с. 23]. По мнению Кожиной Е.В. «Здоровый образ жизни» - совокупность форм и способов повседневной жизнедеятельности личности, основанную на культурных нормах, ценностях, смыслах деятельности, на гармоническом единстве физиологических, психических и социальных функций [2. с. 3].

Современное состояние общества, экономики, экологии во всем мире неблагоприятно отражается на здоровье, в связи с чем, растет число подростков, которым необходима специализированная помощь, щадящая организация образовательного процесса. Для нашей страны в современной ситуации эта проблема еще более очевидна. Демографическая ситуация в России в настоящее время внушает опасения специалистам и ученым-демографам. Рождаемость в нашей стране сокращается, а смертность растет, что в итоге может привести страну к демографическому кризису. Причины этого разнообразны и связаны с целым рядом социальных проблем, ухудшающейся экологической обстановкой, увеличением доли гиподинамии в повседневной жизни, нарастанием эмоционального и информационного стрессовых факторов. Также возросло влияние таких факторов как алкоголизм, курение, дорожно-транспортные происшествия, самоубийства и насильственные причины смерти. Чем раньше у подростка сформируется мотивация ведения здорового образа жизни, то есть осознанная необходимость заботиться о своем здоровье, тем здоровее будет каждый конкретный человек и общество в целом. Большинство школьников очень мало знают о своем теле, об особенностях его строения и функциях, о здоровье как главной

ценности человека. Из-за отсутствия элементарных медицинских знаний молодой человек совершает множество ошибок. К сожалению, очень часто эти ошибки становятся роковыми. Привычка к здоровому образу жизни должна формироваться в семье и в образовательных учреждениях. Пропаганда здорового образа жизни в школе, личный пример педагогов, а также эффективная социальная реклама поможет создать здоровое поколение.

Развитие института социальной рекламы является одним из важных направлений содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в России, служит достижению задач государства, в том числе по обеспечению здоровья. В ряде нормативно-правовых актах, целью которых является формирование потребности в здоровом образе жизни (ЗОЖ), его популяризация и сохранение здоровья граждан, социальная реклама указана в качестве первостепенного инструмента. В большинстве случаев в планировании социальной рекламы ЗОЖ речь идет о самых общих темах (отказ от вредных привычек, призыв к занятиям физкультурой и спортом, здоровому питанию). Однако, государство определяет и ее приоритетную специфическую тематику: например, профилактику суицидального поведения среди несовершеннолетних. Роль социальной рекламы в формировании ЗОЖ тем выше, чем выше эффект рекламной кампании. Однако, зачастую эффективность социальной рекламы ЗОЖ предполагается оценивать не изменением поведения людей, а как количество рекламы. Влияние социальной рекламы на поведение людей будет тем выше, чем мощнее будет рекламная кампания [6. с. 3].

Социальная реклама здорового об-

раза жизни популяризирует и закрепляет в сознании индивида положительный пример стиля жизни, стиля поведения – быть здоровым не только полезно, но и модно. Роль социальной рекламы здорового образа жизни вытекает из целей социальной рекламы и заключается в позитивных изменениях поведения социума или отдельных его групп. Предметом ее влияния является в широком смысле формирование ценностей, направленных на сохранение и поддержание здоровья и привитие привычки вести здоровый образ жизни [5. с. 2].

Так же считается, что первостепенная роль в сохранении и формировании здоровья все же принадлежит самому человеку, его образу жизни, его ценностям, установкам, степени гармонизации его внутреннего мира и отношений с окружением. Вместе с тем современный человек в большинстве случаев перекладывает ответственность за свое здоровье на врачей. Он фактически равнодушен по отношению к себе, не отвечает за силы и здоровье своего организма, и наряду с этим не старается исследовать и понимать свою душу. В действительности же, укрепление и творение здоровья должно стать потребностью [5. с. 2].

Представления о здоровом образе жизни у современного подростка, прежде всего, сводятся к занятиям спортом, отсутствию вредных привычек и правильному питанию. Чтобы донести до аудитории информацию о ценности здоровья и последствиях вредных привычек, давно уже прибегают к помощи рекламы. Есть различные виды воздействия на сознание, например: шокирующая реклама сильно воздействует на человека, так как запоминается после первого же просмотра и вызывает бурю эмоций. Использует неприятные, с эстетической

точки зрения даже безобразные средства донесения идеи. Шок-ужас или «нещадный шок» представляет собой рекламу, вызывающую резкое неприятие и сильные негативные эмоции. Она направлена, прежде всего, на то, чтобы «защепить» объекта воздействия, обратить его внимание, заставить запомнить. В большинстве случаев подобная реклама не предлагает выхода из ситуации. Негативные эмоции вызывают состояние шока, стресса. Они ничем не перекрываются и не смягчаются, оставляя человека один на один с данной проблемой. Это включает бессознательные механизмы защиты психики. Приведем пример рекламы о вреде курения: кампания под слоганом «Сорвись с крючка» сопровождалась наглядным изображением этой концепции. Надпись: «Среднему курильщику требуется пять тысяч сигарет в год». Но мотивирует ли такая реклама к действию? Задумывается ли человек о вреде курения после увиденного? И самое главное – бросит ли он курить? Я полагаю, что шок, как и любое сильнодействующее средство, полезен лишь в микродозах и только здоровому обществу. Необходимым является использование позитивного посыла, завершающего шоковую рекламу и предоставления вариантов решения проблемы. Не стоит также забывать о потенциальной вреде для психики, который несет в себе шок.

Позитивная реклама, напротив, преподносит все в лучшем свете. Реклама оперирует образами, транслирует некие идеи и эмоции, тем самым, формируя в сознании аудитории определенную идеальную модель мира. Пример: женщина с идеальным рельефом мышц пресса призывает к занятиям спортом и здоровому образу жизни, реклами-

руя тренажер. Такая реклама дает ответ на вопрос: что мне делать, чтобы быть здоровым? Реклама подталкивает к правильному образу жизни и выполняет свои социокультурные задачи. Но в то же время человек понимает, что рекламный образ отличается от настоящего, притом, эта дистанция может испугать. И на подсознательном уровне он откладывает эту информацию в «долгий ящик», чтобы отгородить себя от мыслей несоответствия с идеалом [4. с. 234].

Автором статьи был проведен социологический опрос в виде анкетирования. Проведя опрос среди подростков можно выявить проблемы, существующие в ходе формирования ЗОЖ в школе, во внеучебной деятельности, а так же выявить наиболее удобные и эффективные методы решения этих проблем. Объем выборки: 46 человек в возрасте от 14 до 17 лет из них 32 девушки и 14 юношей, учащихся МБОУ Факельская СОШ. Анкетированием были охвачены все ученики данного возраста.

Был составлен опросник для учащихся МБОУ Факельская СОШ. Используя опросник «Отношение подростков к здоровому образу жизни», состоящий из 26 вопросов, были получены следующие результаты. Учащиеся считают, что здоровье – это в первую очередь физический и психологический комфорт, так считают 86% респондентов, но также было отмечено отсутствие необходимости обращения к врачу, так ответили 13%.

Так же подросткам был задан вопрос, о том, какие факторы, по их мнению, оказывают влияние на состояние здоровья человека. Были получены следующие ответы: для 69% опрошиваемых основным фактором является образ жизни самого человека, для 21% это вредные

привычки, а для 10% это экологическая обстановка в мире.

К нормам здорового образа жизни большинство респондентов относят, прежде всего, занятия физической культурой, а так же отказ о вредных привычек и рациональное питание.

В четвертом вопросе учащимся было предложено ответить, что для них значит здоровый образ жизни. Среди наиболее популярных оказались следующие ответы: 54% считают, что для них здоровый образ жизни – это занятия физкультурой и спортом, для 45% это отказ от вредных привычек, для 32% это правильное питание.

Многие ученики получают информацию в области здоровья в основном от врачей и специалистов. А так же из таких источников как интернет, учителя, СМИ.

Какие же главные причины приобщения человека к нездоровому образу жизни? Были получены следующие ответы: большинство подростков считают, что главной причиной является безответственное отношение к своему здоровью самих учеников, а так же отсутствие силы воли у молодых людей и влияние друзей, близких.

Таким образом, рассмотрев результаты исследования можно сделать следующие выводы: для большинства респондентов здоровье – это психологический и физический комфорт, подростки положительно относятся к здоровому образу жизни и считают, что основными его составляющими являются занятия спортом, отсутствие вредных привычек, правильное питание. Сами учащиеся готовы заниматься спортом и физической культурой и отмечают большое количество проводимых мероприятий в школе по формированию здорового образа жизни. Радует тот факт, что менее по-

ловины учащихся пробовали алкоголь, наркотические средства и в основном относятся к ним негативно. Гипотеза о том, что подростки имеют высокий уровень

развития вредных привычек и безответственно относятся к своему здоровью, оказалась не состоятельна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большая медицинская энциклопедия. Гл. ред. Петровский Б. В./ изд. 3-е/ онлайн версия. С. 345
Режим доступа: <http://бмэ.орг>
2. Кожина Е.В. Теоретические аспекты проблемы формирования направленности старшеклассников на ЗОЖ. // Журнал «Вестник Кемеровского государственного университета», выпуск № 3(59)/ том 1/ 2014. С. 3. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
3. Лисицын Ю. П., Улумбекова Ю. П. Общественное здоровье и здравоохранение. Учебник, 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2013. С. 23. Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru>
4. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Реклама: Учебник для вузов. – СПб., 2013.- С 234
5. Солодовникова А.Н. Основные способы воздействия в социальной рекламе// Журнал «Известия Саратовского университета», выпуск № 4 / 2012. С. 2. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
6. Улезько К. В. О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни. // Журнал «Филология, журналистика и межкультурная коммуникация в диалоге цивилизаций», выпуск № 23/ 2014. С. 3. Режим доступа: <https://elibrary.ru>

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. | 3 |
| <i>Журбина И. В.</i> Профессиональная рефлексия в поле PR: технологии, креатив, аналитика | 4 |
| <i>Рогозина Э. Р.</i> Дар как коммуникация | 12 |
| <i>Соловьев Г. Е.</i> Биографическая коммуникация в профессиональной деятельности социального работника | 17 |
| <i>Сунцова Я. С.</i> Особенности коммуникативных установок представителей этнических групп | 22 |
| <i>Рохина К. С.</i> Особенности медиакоммуникаций некоммерческих организаций в России | 31 |
| <i>Чернявская О. Ю., Окушова Г. А.</i> Комплексный подход в использовании PR-технологий при продвижении имиджа территории. | 37 |
| <i>Кузнецов К. С., Даньшина С. А.</i> Особенности PR-продвижения образовательной организации высшего образования в интернете (на примере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» Институт социальных коммуникаций). | 43 |
| <i>Фертиков Д. В., Никитина О. Н.</i> Использование информационно-коммуникационных технологий в работе компаний туристской области | 49 |
| <i>Оконникова Т. И., Поздеева А. В.</i> Перспективы использования трэвел-журналистики в продвижении туристской дестинации | 53 |
| КУЛЬТУРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ | 59 |
| <i>Сердюкова Я. Е., Баталова О. Ю., Широков А. А.</i> Кибербуллинг. Участники, типы, профилактика | 60 |
| <i>Морозов И. В., Невзорова А. В.</i> Общий взгляд на проблему музыкальных СМИ в России | 63 |
| <i>Невзорова Е. Д., Невзорова А. В.</i> Краеведческое издание «Кацкая летопись» в контексте этнографического туризма | 67 |

| | |
|--|-----|
| <i>Баталова О. Ю., Сердюкова Я. Е., Широков А. А.</i> | |
| Информационная безопасность в социальных сетях | 71 |
| <i>Корзникова Н. В.</i> | |
| Использование информационно-коммуникационных технологий в национально-культурном воспитании детей и взрослых (из опыта работы виртуального музея МБОУ ДО центр творческого развития «Октябрьский»). | 75 |
| <i>Васюра С. А.</i> | |
| Коммуникативная активность студентов в игровом пространстве интернета: экспансия виртуальности | 80 |
| <i>Фефилов А. В.</i> | |
| Культура и безопасность в современном информационном пространстве и основные актуальные угрозы для них | 88 |
| <i>Меншатова О. В.</i> | |
| Районная пресса Удмуртии в условиях развития новых информационных технологий | 97 |
| <i>Ерохина Л. Н., Ерохин А. В.</i> | |
| Способы представления депутатов высшей законодательной власти России в Германии в интернете | 102 |
| <i>Старкова Г. И.</i> | |
| Культурное пространство современной молодёжи в отражении газеты «Удмуртский университет» | 112 |
| <i>Соколова О. П.</i> | |
| Феномен коммуникативной культуры как критерий культурности человека | 118 |
| <i>Рябов М. Ю, Ишмуратов А. В.</i> | |
| Крезь в информационном пространстве | 122 |
| <i>Хохрякова Т. А., Напольских В. В.</i> | |
| Сетевой фольклор как феномен современной культуры | 128 |
| <i>Романова Е. В., Ерохина Л. Н.</i> | |
| Особенности развития современной районной газеты (на примере газеты «Светлый путь» Игринского района) | 134 |
| <i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i> | |
| Информационная грамотность молодёжи как способ защиты от манипулятивных воздействий. | 138 |
| <i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i> | |
| Особенности современного медиатекста в интернет-пространстве для молодежной аудитории | 143 |
| <i>Шишюкина А. И., Субботина А. М.</i> | |
| Формирование межкультурной компетентности как способ достижения понимания своей и других культур | 147 |

| | |
|---|------------|
| <i>Васильева Д.В., Гай И.А.</i> | |
| Перспективы развития волонтерского движения в музейной деятельности | 152 |
| <i>Рогозина Э. Р.</i> | |
| Туристский потенциал и туристская привлекательность Удмуртии | 160 |
| КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ | 163 |
| <i>Коняева И. П., Михалёва Е. И.</i> | |
| Зарубежный опыт реализации программ по получению образования молодёжи, попавшей в трудную жизненную ситуацию (на примере компании Проджект Формэйшн, Соединённые Штаты Америки) | 164 |
| <i>Волченкова Е. В., Бородатая М. Н.</i> | |
| Формирование коммуникативной компетентности в подростковом возрасте | 169 |
| <i>Пушкарева П. С., Невзорова А. В.</i> | |
| Педагогические условия формирования умения младших школьников работать в парах и группах | 173 |
| <i>Пичугина Т. А.</i> | |
| роль Октябрьской революции в истории России в представлениях молодёжи Удмуртской Республики: опыт социологического исследования | 177 |
| <i>Файзулина Ю. С., Соловьев Г. Е.</i> | |
| Специфика взаимодействия социального работника с детьми-сиротами по формированию готовности детей к самостоятельной семейной жизни | 185 |
| <i>Селезнёва М.В.</i> | |
| Подростки «группы риска» в аспекте психосоциальной работы | 189 |
| <i>Вишняков А. А., Андриевская Е. С., Курьлев В. Л.</i> | |
| Организация системы социальной поддержки молодых специалистов на предприятиях | 194 |
| <i>Даньшина С.А., Щелконогова Н. В.</i> | |
| Организация досуговой деятельности при промышленном предприятии: коммуникативный аспект | 198 |
| <i>Королев С. В., Костылева Е. В.</i> | |
| Проблемы становления республиканских структур по работе в семье в Удмуртии в 90-е годы XX века | 204 |
| <i>Боровикова С. Н.</i> | |
| Особенности организации учебной и внеучебной деятельности учащихся в учреждениях музыкальной направленности (на примере МБОУ СОШ №71 г. Ижевска) | 212 |
| <i>Варанкина К. Е., Михалёва Е. И.</i> | |
| Педагогические условия формирования воспитательной среды детского оздоровительного лагеря | 216 |

| | |
|--|------------|
| <i>Котельникова А. А., Михалёва Е. И.</i> | |
| Социально-культурная самоорганизация учащейся молодёжи в контексте личностно-ориентированного подхода (на примере студенческого педагогического отряда «Орлята») | 220 |
| <i>Русинова В. Г., Фирулева Л. Д.</i> | |
| Организация досуговой деятельности подростков как условие их успешной социализации в школе (на примере МБОУ СОШ № 71 г. Ижевска) | 226 |
| <i>Тычинина Ю. А., Фирулева Л. Д.</i> | |
| Формирование лидерских качеств молодёжи в студенческих отрядах (на примере УРО МООО «Российские студенческие отряды») | 229 |
| <i>Абашева Е. Р., Чернышева И. В.</i> | |
| О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни подростков | 234 |
| <i>Мамонтова В. Ю., Чернышева И. В.</i> | |
| Профилактическая работа с учащимися в школе | 239 |
| <i>Никитина К. М., Чернышева И. В.</i> | |
| Влияние моды на формирование здорового образа жизни подростков на примере БОУ УР «УГНГ им. Кузубая Герда» | 244 |
| ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ | 249 |
| <i>Русских С. Н., Чернышева И. В.</i> | |
| Организация учебного процесса в магистратуре университетов Парижа и Ижевска | 250 |
| <i>Гурьянчик В. Н., Макеева Т. В.</i> | |
| Социокультурная адаптация иностранных образовательных мигрантов: коммуникативные барьеры | 254 |
| <i>Кожевникова О. В.</i> | |
| Психосемантический анализ восприятия времени второкурсниками со склонностью к академической прокрастинации | 260 |
| <i>Вьюжанина С. А.</i> | |
| Взаимосвязь академической мотивации и самоотношения второкурсников Удмуртской этногруппы | 269 |
| <i>Фамутдинов Р. З., Солодянкина О. В.</i> | |
| Интерактивное занятие на тему «Профессия моей мечты, здоровье и курение» в сфере первичной профилактики табакокурения среди 3-6 классов | 274 |
| <i>Безносова Л. Н.</i> | |
| Разработка занятия в рамках элективного курса по профориентации для старшеклассников «Профессии будущего» | 279 |

| | |
|--|-----|
| <i>Шквырина А. В.</i> | |
| Развитие электронного обучения в образовательной среде | 286 |
| <i>Баталова Л. В., Мерзлякова Г. В.</i> | |
| Туристская инфраструктура в Удмуртии во второй половине XIX – начале XX вв | 293 |
| <i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i> | |
| Развитие гастрономического туризма в Удмуртии на примере фестиваля финно-угорской кухни «Быг-быг» | 305 |
| <i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i> | |
| Фестиваль «Всемирный день пельменя» как составляющая развития событийного гастрономического туризма в Удмуртской Республике | 310 |