

Особенности конструирования и продвижения национального бренда на примере русского народного танца

Научный руководитель – Робустова Вероника Валентиновна

Баранова Ирина Игоревна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации, Москва, Россия

E-mail: irene_igorevna@rambler.ru

Каждое государство имеет свой набор ценностей, идей и интересов, который является его отличительной чертой и формирует узнаваемый образ. Именно национальный бренд дает представление о данной стране, продвигает национальные интересы на международной арене, улучшает общественное мнение о государстве и, как следствие, способствует его развитию.

В эпоху глобализации интерес к национальному бренду растет. Это связано с тем, что глобализация ведет к размыванию национальных культур и потери индивидами чувства принадлежности к определенной этнической группе, в свою очередь, концепция национального бренда дает человеку чувство принадлежности и национальной гордости.

Национальный бренд формируется с помощью целого ряда факторов, одним из которых является народное искусство, а именно народный танец, так как танцевальное искусство является связующим компонентом народного быта, национальной идентичности, служит средством передачи и сохранения культурных ценностей.

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью продвижения страны на международной арене в современной политической ситуации, а так же недостаточным освещением особенностей продвижения национальной культуры на примере народного танца в современных исследованиях по изучению конструирования национального бренда.

Объектом исследования являются современные стратегии формирования и продвижения национального бренда.

Предметом исследования выступает народный танец как один из способов формирования национального бренда.

Цель данного исследования: выявить особенности конструирования и продвижения национального бренда на примере народного танца.

Для решения поставленных задач применяются следующие методы исследования: культурологический, лингвистический, компаративный анализы, наблюдение, обобщение.

Теоретическую базу данного исследования составляют работы Н.М. Боголюбовой, Е.А. Шмагина, В.А. Абрамовой, Д.А. Звягиной, О.М. Тюкаркиной, С. Анхольта.

В качестве материала исследования были использованы названия русских народных танцев таких ансамблей, как Государственный академический ансамбль народного танца имени Игоря Моисеева, Ансамбль песни и пляски имени В.С. Локтева и Национальное шоу России «Кострома». Источниками выявления материала послужили концертные программы ансамблей, сайты о народных ансамблях, художественная литература.

Н.М. Боголюбова и Ю.В. Николаева в своей работе «Выработка определения внешней культурной политики в современном научном дискурсе» пишут о значении культурной дипломатии и говорят, что международные культурные связи способствуют сглаживанию

