

УДК 008

## ФЕНОМЕН «ДЕТСКОЙ КУЛЬТУРЫ» В СОВРЕМЕННОМ ТУРИЗМЕ: ИГРЫ, РИТУАЛЫ, СИМВОЛЫ

**БОРЗОВА Татьяна Александровна**

кандидат культурологии, доцент

**ЩИПАЧЕВА Анастасия Павловна**

аспирант

Владивостокский государственный университет

г. Владивосток, Россия

*Данная статья посвящена исследованию феномена «детской культуры» в контексте современного туризма, уделяя особое внимание играм, ритуалам и символам как его основным проявлениям. Анализируется их влияние на формирование уникального социокультурного опыта детей, их социализацию и идентичность. Подчеркивает, что детский туризм является не только потребительским пространством, но и активной средой для трансформации детской культуры, что требует разработки новых, ориентированных на детей, туристических продуктов. Цель – выявить проявления «детской культуры» в туризме и определить их значимость для культурного развития и социализации детей.*

**Ключевые слова:** детский туризм, детская культура, феномен, игры, ритуалы, символы.

Современный этап развития детской культуры в России характеризуется трансформацией традиционных форм досуга под влиянием цифровизации и глобализации. Если в 1990-е гг. детская культура была преимущественно локальной и опиралась на традиционные игры и ритуалы, то к 2020-м гг. она приобрела гибридный характер, совмещающая элементы традиционной культуры с цифровыми практиками. В условиях пандемии COVID-19 (2020-2022 гг.) произошла ускоренная цифровизация детского досуга, что привело к формированию новых форм культурной деятельности детей.

Туристская индустрия, реагируя на эти изменения, начала активно включать элементы детской культуры в свои программы с 2015 г., а пик развития детского туризма в России пришелся на период 2018-2023 гг. В этот период были созданы специализированные туристические маршруты для детей, включающие элементы игровой культуры, ритуалов и символов, что и стало предметом настоящего исследования.

Современный мир, стремительно меняющий свои ландшафты и динамику, предлагает беспрецедентные возможности для путешествий. Туризм, некогда доступный лишь узкому кругу, превратился в массовое явление, затрагивающее все возрастные группы.

Особое место в этой индустрии занимает детский туризм – направление, которое эволюционировало от простых семейных поездок к сложным, многоуровневым программам, направленным на развитие, образование и развлечение юных путешественников. Однако, анализируя детский туризм исключительно с точки зрения предложений для детей, мы упускаем из виду один из ключевых аспектов: феномен «детской культуры». Эта культура, присущая самим детям, представляет собой уникальный комплекс способов познания мира, взаимодействия, самовыражения, который активно проявляется и трансформируется в условиях туристического пространства. Именно игры, ритуалы и символы, являющиеся неотъемлемыми элементами детской культуры, становятся фокусом данного исследования. Они не только обогащают личный опыт детей, но и формируют их восприятие мира, их социализацию и, в конечном итоге, их культурную идентичность.

Исследование базируется на культурологическом подходе к анализу феномена детской культуры в туристическом контексте. В качестве методов использованы теоретический анализ научных работ по культурологии детства, туризма и социологии детства; историко-генетический метод – для прослеживания эволюции детской культуры во времени;

сравнительный анализ – для сопоставления традиционных и современных форм детской культуры; кейс-стади – анализ конкретных программ детского туризма в России в 2020-2023 гг.; контент-анализ – изучение программных документов, сайтов туристических компаний, отзывов родителей.

Хронологические рамки исследования охватывают период с 1990 по 2025 гг., что позволяет проследить трансформацию детской культуры в постсоветский период и выявить современные тенденции.

Исторически феномен детской культуры прошел несколько этапов развития. В дореволюционной России (до 1917 г.) детская культура была преимущественно семейной и религиозной, опираясь на традиционные обряды и игры. В советский период (1917-1991 гг.) произошла институционализация детской культуры через пионерские организации, детские дома творчества и школьные кружки. Именно в этот период были созданы основные формы коллективной детской деятельности, которые до сих пор влияют на современную детскую культуру.

В постсоветский период (1991-2010 гг.) произошла деинституционализация детской культуры, связанная с распадом советской системы воспитания. Дети получили больше свободы в выборе досуга, но одновременно утратили традиционные формы коллективной деятельности. С 2010 г. начался новый этап – цифровизация детской культуры, который ускорился в 2020-е гг. под влиянием пандемии и развития социальных сетей.

Детство, как ключевой этап жизни, длится, как правило, от рождения до 14-16 лет, формируя основу нашего жизненного опыта. Этот период может продлеваться для некоторых людей, что иллюстрируют, например, Петр III, сохранивший детскую увлеченность игрой в «солдатики» даже во взрослом возрасте, или персонаж Митрофанушка – персонажа комедии Д.И. Фонвизина «Недоросль». Однако, для большинства, такое «длительное детство» остается недоступным. Реальность XIX в. была такова, что многие дети, сталкиваясь с суровыми жизненными условиями и социальными потрясениями, вынуждены начинать взрослую трудовую жизнь уже к 10-12 годам, лишаясь полноценного детства.

Трагические примеры детей, чье детство было отнято, ярко представлены в произведениях Ч. Диккенса, Н.А. Некрасова («Крестьянские дети», «Кому на Руси жить хорошо»), Ф.М. Достоевского («Мальчик у Христа на елке»), Л.Н. Андреева («Петька на даче»), а также в работах художников, таких как В.Г. Перов. Истинное, неповрежденное детство – это период открытия мира, когда дети, еще не обремененные заботами о выживании и тяжелыми обязанностями, познают природу, людей и вещи, живя в своем собственном, свободном от взрослых проблем, мире. В англоязычных странах для обозначения детей, перешагнувших десятилетний рубеж (от «ten» – десять), используется термин «тинейджеры», что эквивалентно русскому «подросток», «подростковый возраст» и охватывает период интенсивного социального и биологического развития, примерно с 13 до 16 лет.

Для понимания феномена «детской культуры», наиболее ценным представляется период детства, охватывающий время от пробуждения сознания, примерно с трех лет, до завершения начального школьного образования. Этот этап, насыщенный открытиями, как для самих детей, так и для исследователей, полон эвристического потенциала. Нас, ровесников, в свое время завораживали волшебные слова «детский мир». Детская культура – это именно мир ценностей, как духовных, так и материальных, созданных специально для детей или ими самими. Если рассматривать материальный аспект, то к детской культуре относится лишь то, что рождено детской фантазией и действиями, а также взрослыми для игровой деятельности.

Таким образом, качели, карусели, ведерки, лопатки, велосипеды, санки – это детская культура, в то время как детские коляски, валенки или пальтишки, хотя и связаны с детьми, но служат их базовым потребностям и не входят в это понятие. Детская культура становится таковой, когда она выходит за рамки этих непреложных нужд, даже если и пересекается с ними (как, например, самокаты). Она всегда пронизана живым детским интересом и часто обладает особой привлекательностью для детей. Главной сферой применения детской культуры является досуг и

свободное время, где отдых, развлечение и развитие тесно связаны.

Игра – это сердцевина детской культуры. Именно через нее дети осваивают социальные навыки, фактически «примеривая» на себя взрослые роли и виды деятельности. Этот процесс иллюстрирует принцип онтогенеза как отражения социогенеза: в своей игровой деятельности маленький человек воссоздает и повторяет этапы становления и развития общества. Дети с увлечением «переигрывают» сюжеты популярных фильмов и книг. Если предыдущие поколения увлекались «Тарзаном» и «Чапаевым», «Фантомасом», «Крестonosцами», то современные дети и подростки погружаются в мир «Гарри Поттера» или аниме персонажей. Спортивные игры часто приобретают двойной характер: дети не просто играют в футбол или хоккей, но и имитируют матчи с известными спортсменами, такими как Александр Овечкин, Никита Кучеров, Сергей Бобровский и др. Эта склонность особенно выражена у подростков. При этом дети могут не замечать несоответствий, например, играя в «Формулу-1» на велосипедах или самокатах, что не мешает процессу игры [1].

Феномен «детской культуры» или детская субкультура – это социокультурная среда, в которой дети являются главными действующими субъектами, творцами, наделенными способностью преобразовать себя и окружающий мир. Это особое состояние культуры общества, которое характеризуется специфическими особенностями, тенденциями и закономерностями. Культура детства характеризует не только каждого индивида, но и большую социальную группу, слой с присущими возрасту видами деятельности, ценностями, представлениями о мире и о себе [2-3].

Поэтому «детская культура» – это сложный социокультурный конструкт, возникающий в процессе совместной деятельности детей, где формируются собственные нормы,

ценности, язык, игры и ритуалы. Она обладает автономией, но при этом тесно переплетается с доминирующей (взрослой) культурой, адаптируя и переосмысливая ее элементы. В условиях туризма, эта культура проявляется особенно ярко, поскольку дети оказываются в новой, стимулирующей среде, которая требует от них активного освоения и адаптации.

Далее подробнее рассмотрим элементы «детской культуры», к которым относятся: игры, ритуалы, символы.

1) Игры как элемент детской культуры прошли эволюцию от традиционных (до 1990-х гг.) к современным цифровым формам. Классификация игр по временному признаку:

1. Традиционные игры (до 1990-х гг.): дворовые игры («классики», «резиночка», «прятки»); настольные игры (шашки, шахматы, «Монополия»); подвижные игры («вышибалы», «салки»).

2. Переходный период (1990-2010 гг.): компьютерные игры на ПК («Косынка», «Сапёр», «Стратегии»); консольные игры (PlayStation, Xbox); Гибридные формы (онлайн-игры с офлайн-встречами).

3. Современный период (2010-2024 гг.): мобильные игры («Майнкрафт», «Роблокс»); социальные игры в мессенджерах; дополненная реальность («Покемон ГО»)

В туристском контексте игры используются как инструмент вовлечения детей в культурную среду. Например, в 2019-2023 гг. в России активно развивались квест-туры для детей, сочетающие элементы традиционных игр с современными технологиями.

Игры в детском туризме – это элемент детской субкультуры, который позволяет детям проживать значимые ситуации, присваивать культурные ценности и установки, осваивать стереотипы поведения [4]. Виды игр проявляются в сюжетно-ролевых, народных и дидактических форматах. На рисунке 1 представлены игровые форматы детского туризма.

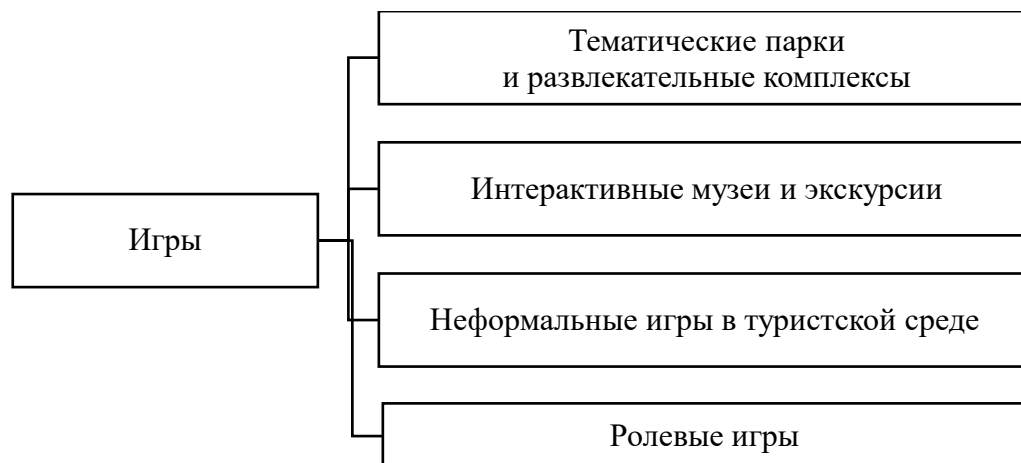


Рисунок 1. Форматы игр в детском туризме

– Тематические парки и развлекательные комплексы (т. е. гигантские игровые пространства, где игры являются основным форматом взаимодействия). Воссозданные «волшебные миры», где дети могут перевоплощаться в любимых героев, участвовать в квестах и приключениях, отражает стремление детской культуры к созданию альтернативных реальностей и ролевым играм.

– Интерактивные музеи и экскурсии (предлагают детям игры-путешествия, викторины, мастер-классы, где знания усваиваются через практическое действие). Например, «археологические раскопки» в музее, где дети сами откапывают артефакты, становятся для них не просто наблюдением, а активным участием в историческом процессе.

– Неформальные игры в туристической среде (дети организуют собственные игры). Они могут адаптировать известные им игры (например, прятки, догонялки) к новым условиям, или придумывать совершенно новые, основанные на увиденном и пережитом. Эти игры часто отражают их впечатления от путешествия, формируя общую «детскую» реальность.

– Ролевые игры (дети могут играть в «семью» в отеле, в «гидов» у достопримечательностей, в «исследователей» в природном парке). Такие игры помогают им освоить новые социальные роли, понять правила поведения в незнакомой среде и пережить полученный опыт.

2) Ритуалы в детской культуре также трансформировались во времени. В советский период (1950-1980-е гг.) ритуалы были

преимущественно коллективными и идеологически окрашенными: посвящение в пионеры (в 3-м классе); посвящение в октябрят (в 1-м классе); линейки 1 сентября и 22 июня; праздники «Последний звонок» и «Выпускной».

В постсоветский период (1990-2010 гг.) произошла секуляризация ритуалов, они стали менее идеологизированными и более индивидуализированными: детские дни рождения с тематическими вечеринками; семейные праздники (Новый год, Рождество); школьные мероприятия без идеологической нагрузки

В современный период (2010-2024 гг.) ритуалы приобрели гибридный характер, сочетая традиционные и цифровые элементы: онлайн-поздравления и виртуальные вечеринки (особенно в 2020-2022 гг.); тикток-ритуалы и челленджи; гибридные формы (офлайн-мероприятия с онлайн-трансляцией)

В туристском контексте ритуалы используются для создания «точек привязки» к месту. Например, в 2021-2023 гг. в детских туристических программах активно использовались ритуалы «первого посещения» (первый раз в музее, первый раз на море), которые фиксировались в специальных «дневниках путешествий».

Ритуалы в детском туристском опыте – это действия, которые приобретают особую значимость, повторяются и способствуют укреплению групповой идентичности и осмыслению событий. В детском туризме ритуалы могут быть как формальными (предложенными индустрией), так и неформальными (созданными самими детьми).

– Ритуалы перехода (например, первое посещение крупного тематического парка, получение «сертификата» или «карты путешественника», торжественное вручение сувенира – все это может стать для детей своего рода ритуалом, отмечающим важное событие).

– Ритуалы, связанные с определенными местами (примером может служить загадывание желания у известной статуи, бросание монетки в фонтан, фотографирование у «главного» объекта – эти действия часто приобретают ритуальный характер, придавая месту особую значимость и формируя личную связь с ним).

– Сезонные и праздничные ритуалы (новогодние представления в парках, пасхальные ярмарки, специальные анимационные программы, связанные с праздниками, – все это создает атмосферу торжественности и праздника, которая часто запоминается детям надолго).

– Неформальные ритуалы (дети могут создавать свои собственные ритуалы, например, «особый» порядок посещения аттракционов, «секретный» язык или жест, который они используют только в путешествии). Эти ритуалы укрепляют их связь друг с другом и делают их опыт уникальным.

3) Символы детской культуры также претерпели значительные изменения во времени. Их эволюция можно разделить на несколько периодов:

Советский период (1920-1991 гг.): пионерский галстук (с 1922 г.); значок октябрёнка (с 1923 г.); красная звезда; портреты вождей; символы коллективизма («мы», «наш», «вместе»).

Переходный период (1991-2000 гг.): символы западной культуры (Микки Маус, Барби); символы потребления (логотипы брендов); Символы индивидуализма («я», «мой», «личный»).

Ранний постсоветский период (2000-2010 гг.): символы глобальной поп-культуры (Гарри Поттер, «Звёздные войны»); символы интернет-культуры (смайлики, эмодзи); символы национальной идентичности (двуглавый орёл, триколор).

Современный период (2010-2025 гг.): мемы и вирусные символы; символы социальных сетей (лайки, репосты); эко-символы (забота о природе); символы цифровой идентичности (аватарки, никнеймы).

В туристском контексте символы исполь-

зуются для создания «визуального кода» маршрута. Например, в 2022-2023 гг. в детских туристических программах активно использовались символы «путешественника» (бейдж, карта, компас), которые дети получали в начале маршрута и использовали на протяжении всего путешествия.

Символы в детском туризме – это знаки, которые имеют значение, выходящее за рамки их прямого содержания. В детском туризме символы играют огромную роль в интерпретации мира, формировании представлений и закреплении впечатлений.

– Персонажи и герои (маскоты парков развлечений, герои мультфильмов, воплощенные в аниматорах, – это мощные символы, с которыми дети легко идентифицируются). Такие символы становятся проводниками в «волшебные миры», создавая эмоциональную связь с местом и брендом.

– Артефакты и сувениры (игрушки, одежда, брелоки с изображением известных мест или персонажей – это не просто предметы, а символы, которые помогают детям сохранить память о путешествии и «принести» частичку пережитого домой). Часто дети придают этим предметам особое значение, делая их объектами своей «детской» игры и фантазии.

– Пространственные символы (определенные здания, памятники, природные объекты становятся для детей символами места). Например, Эйфелева башня становится символом Парижа, а Красная площадь – символом Москвы. Эти символы упрощают навигацию в новой культурной среде и помогают структурировать получаемую информацию.

– Цветовые и звуковые символы (яркая раскраска аттракционов, узнаваемая музыкальная заставка парка, характерные звуки – все это создает эмоциональную атмосферу и становится частью символического ландшафта детского туристического опыта).

Сфера туризма активно использует элементы детской культуры для привлечения юных потребителей, но такое взаимодействие не всегда симметрично. Зачастую «взрослая» культура пытается «упаковать» детские предпочтения в коммерчески привлекательную форму, иногда теряя при этом аутентичность. Например, игры, ритуалы и символы стано-

частью маркетинговых стратегий, персонажи, созданные для детской культуры, «оживают» в парках, превращаясь в источник дохода, туробъекты адаптируют предложение под детские потребности, предлагая специальные программы, игровые зоны, меню. В то же время, сотрудничество между «взрослой» и «детской» культурой может привести к созданию уникальных, инновационных продуктов, которые обогащают опыт как детей, так и их родителей.

Феномен «детской культуры» в современном туризме – это не просто набор развлечений, а мощный социокультурный механизм, который помогает детям осваивать мир, строить отношения и формировать свою идентичность. Игры, ритуалы и символы, будучи ее неотъемлемыми компонентами, играют ключевую роль в этом процессе. Они превращают пассивное наблюдение в активное переживание, структурируют хаос новых впечатлений, придают значимость

моментам и формируют прочные эмоциональные связи с местом и опытом.

Современный детский туризм, стремящийся к интерактивности и вовлеченности, предоставляет уникальные возможности для проявления и развития этой культуры. Понимание и уважение к внутренней логике детской культуры позволяет туристской индустрии создавать продукты, которые не только удовлетворяют сиюминутные потребности в развлечении, но и способствуют глубокому, осознанному и долговременному развитию детей. Именно через призму игр, ритуалов и символов «детская культура» обогащает туристский опыт, делая его по-настоящему ценным и формирующим. В конечном итоге, осознанное взаимодействие с феноменом «детской культуры» открывает путь к воспитанию поколения, более открытого, толерантного и готового к активному диалогу с многообразным миром.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Егоров В.В. Детская культура – проблемы определения и анализа // Journal of new economy. – 2013. – N 2(46). – С. 143-146.
2. Куруленко Э.А. Детство как социокультурный феномен // Самарского научного центра Российской академии наук. – 2012. – Т. 14, № 2(3). – С. 838-844.
3. Савицкая В.В. Феномен культуры детства в XX веке: автореф. дис. ... канд. культур. – Нижневартовск, 2003. – 24 с.
4. Кравец Е. Говорили об игре как элементе детской субкультуры. – URL:<https://sov-zvezda.khv.muzkult.ru/news/134604894> (дата обращения: 27.03.2026).

## THE PHENOMENON OF «CHILDREN'S CULTURE» IN MODERN TOURISM: GAMES, RITUALS, SYMBOLS

**BORZOVA Tatyana Aleksandrovna,**  
Candidate of Sciences in Cultural Studies, Associate Professor  
**SHCHIPACHEVA Anastasia Pavlovna**  
Postgraduate  
Vladivostok State University  
Vladivostok, Russia

*This article explores the phenomenon of «children's culture» in the context of modern tourism, focusing on games, rituals, and symbols as its primary manifestations. It analyzes their influence on the formation of children's unique sociocultural experiences, their socialization, and identity. It emphasizes that children's tourism is not only a consumer space but also an active environment for the transformation of children's culture, necessitating the development of new child-oriented tourism products. The goal is to identify the manifestations of «children's culture» in tourism and determine their significance for children's cultural development and socialization.*

**Keywords:** children's tourism, children's culture, phenomenon, games, rituals, symbols.