

Культурные практики – это обычные для ребенка, последовательные и привычные способы самоопределения и самореализации, тесно связанные с экзистенциальным содержанием его бытия, и события с другими людьми (Н. Б. Крылова [2]).

Что же представляют собой «культурные практики» в контексте образования? Это не абстрактное понятие, а конкретный, жизненный опыт ребенка, накопленный в процессе самостоятельной деятельности. Это его личные попытки, эксперименты, творческие поиски, результатом которых становятся собственные артефакты, проекты, произведения.

Речь идет не только об усвоении программы на занятиях и в игровой деятельности, а о реализации культурных практик в дошкольном образовании, что охватывает гораздо более широкий спектр:

Ежедневные действия. Это способность самостоятельно организовать свое время, ухаживать за собой, решать бытовые проблемы. Умение готовить простую еду, стирать белье, делать починку – все это элементы культурных практик, формирующие ответственность и самостоятельность.

Творческое самовыражение. Рисование, лепка, музыка, писание стихов, программирование – это способы реализации творческого потенциала, развития фантазии и воображения.

Социальная интеракция. Умение строить отношения со сверстниками и взрослыми, работать в команде, решать конфликты – ключевые навыки, которые формируются в процессе культурных практик.

Исследование и экспериментирование. Культурные практики подразумевают не только воспроизведение существующих образцов, но и создание новых. Это может быть как индивидуальная работа, так и коллективный проект, ориентированный на решение конкретной проблемы или задачи.

Дошкольное образование играет ключевую роль в сохранении и передаче культурного наследия. Культурные практики – это те кирпичики, из которых строится индивидуальность ребенка, определяющие его мировоззрение, ценности и способы взаимодействия с миром. Именно они закладывают фундамент для развития его потенциала и содействуют его будущей самореализации. Только такое образование способно воспитать самостоятельную, творческую личность, готовую к жизни в динамично меняющемся мире. Именно в этом заключается истинный смысл образовательного процесса – рождение целостного «Я».

Литература

1. Крылова, Н. Б. Культурная парадигма как основа развития современной школы / Н. Б. Крылова // Новые ценности образования: серия научно-методических изданий. – 2007. – Вып. 4 (34) : Культурная парадигма. – С. 104–109.

2. Крылова, Н. Б. Развитие культурологического подхода в современной педагогике / Н. Б. Крылова // Личность в социокультурном измерении: история и современность: сб. статей. – М. : Индрик, 2007. – С. 132–138.

УДК 81'276:316.77:004.738.5

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЮМОРА В КУЛИНАРНЫХ ОБЗОРАХ

Д. С. Семак

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины,
г. Гомель, Республика Беларусь

Статья посвящена исследованию национально-культурной специфики юмора в кулинарных обзорах на примере русскоязычного и англоязычного контента. Автор

анализирует ключевые юмористические приемы, используемые блогерами, и их связь с культурными кодами аудитории. На основе теоретической базы (М. Кастельс, М. Бахтин, Н. Кристакис) и эмпирического материала (транскрипции YouTube-видео) выявлены различия в стратегиях создания комического эффекта.

Юмор в кулинарных обзорах является ключевым инструментом вовлечения аудитории, однако его реализация варьируется в зависимости от культурного контекста. Цель статьи – выявить национально-культурные особенности юмора в русскоязычных и англоязычных видео. Актуальность работы обусловлена ростом конкуренции в цифровом пространстве и необходимостью адаптации контента под локальную аудиторию.

Юмор в медиа анализируется через призму сетевого общества (М. Кастельс), в котором децентрализованное взаимодействие формирует новые форматы коммуникации [1, с. 37]. Концепция «карнавальности» М. Бахтина объясняет использование самоиронии для сокращения дистанции между блогером и зрителем [2, с. 56]. В англоязычной традиции юмор часто связан с глобализированными мемами и виральностью, что соответствует теории «эмоционального резонанса» Н. Кристакиса.

Юмор в русскоязычных кулинарных обзорах. Анализ эмпирического материала позволил прийти к следующим выводам. Русскоязычные блогеры активно используют гиперболу и сарказм для создания контраста между ожиданием и реальностью. Например, комментарий «Этот торт – идеальный подарок для врага» под видео «Самый сахар» или абсурдное сравнение дорогой пиццы с «инвестицией в голодное будущее» («Покашеварим»). Самоирония, как в реплике Оли Сорока («Я съел столько десертов, что теперь мне нужен врач»), усиливает близость с аудиторией. Отсылки к советским реалиям (лапша как «гвозди») и коллективное творчество интернет-аудитории, дополняющих контент мемами («Если это дубайский шоколад, то я – султан Брунея!»), подчеркивают ориентацию на локальный контекст.

Юмор в англоязычных кулинарных обзорах. В отличие от русскоязычных авторов, англоязычные блогеры делают акцент на визуальной экстравагантности. Например, Jolly описывает круассан как «облако, но на вкус – как подошва», а Joshua Weissman использует TikTok-тренды, создавая «Crookie» – гибрид круассана и печенья. Гиперболизированные реакции в стиле «Это пахнет так, будто здесь провели вскрытие енота!» (Best Ever Food Review Show) усиливают эмоциональный отклик. Упоминание глобальных знаменитостей (Илон Маск, Деми Мур) и интернациональных мемов обеспечивает связь с широкой аудиторией.

Как видно из приведенных примеров, юмор в кулинарных обзорах глубоко укоренен в культурном контексте. Для систематизации различий в таблице 1 представлен сравнительный анализ ключевых характеристик.

Таблица 1 – Сравнительный анализ использования юмора в русско- и англоязычном контенте

Критерий	Русскоязычный контент	Англоязычный контент
Основные приемы	Сарказм, абсурд, локальные мемы	Визуальные гэгги, поп-культура, шок-реакции
Аудиторное взаимодействие	Коллективное творчество в комментариях	Индивидуальные челленджи, виральность
Культурные отсылки	Советские стереотипы, локальный юмор	Глобальные тренды, интернациональные мемы

Таким образом, национально-культурная специфика юмора в кулинарных обзорах проявляется в выборе приемов и аудиторных ожиданиях. Русскоязычные авторы опираются на сарказм и коллективное творчество, тогда как англоязычные делают

акцент на визуальную экстравагантность и глобальные тренды. Оба направления используют юмор как инструмент преодоления информационной перегрузки, однако их стратегии отражают различия в культурных кодах и коммуникативных практиках.

Литература

1. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : Издательство ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Бахтин, М. М. Формы времени и хронотопа в романе / М. М. Бахтин // Литературно-критические статьи. – М. : Художественная литература, 1986. – С. 121–290.

УДК 811.161.3'373.2:821.161.3

АСАБЛІВАСЦІ КАНЦЭПТУАЛІЗАЦЫІ ВОБРАЗА МАЛОЙ РАДЗІМЫ Ў БЕЛАРУСКАЙ МОЎНАЙ СВЯДОМАСЦІ І МАСТАЦКІМ ТЭКСЦЕ

В. Р. Слівец

Мазырскі дзяржаўны педагагічны ўніверсітэт імя І. П. Шамякіна,
г. Мазыр, Рэспубліка Беларусь

Разгледжаны некаторыя ўмовы і асаблівасці канцэптцалізацыі вобраза малой радзімы як асобага лінгваментальнага ўтварэння ў беларускай моўнай свядомасці і мастацкім тэксце. Робіцца акцэнт на вербалізацыі дадзенага канцэпту праз канкрэтныя тапаграфічныя катэгорыі, якія ствараюць яго ядро і маюць індывідуальна-аўтарскую (біяграфічную) абумоўленасць.

Мяркуем, можна з упэўненасцю сцвярджаць, што тэма *Радзімы* з'яўляецца традыцыйнай для мастацкай літаратуры кожнага народа, бо адлюстроўвае ключавыя аксіялагічныя катэгорыі сацыяльна-культурнага быцця асобы. Пры гэтым відавочна, што яе мастацкая рэпрэзентацыя нясе адбітак нацыянальнага менталітэту і можа змяняцца ў кантэксце розных этнакультурных і гістарычных пераўтварэнняў.

У моўнай карціне свету беларусаў канцэпт *Радзіма* належыць да ліку ключавых (паводле А. Калеснікавай, В. Маславай, К. Півавар, В. Самусевіч і інш.). Згодна з даследаваннем К. Півавар, намінацьнае поле дадзенага канцэпту ўключае шматлікія лексічныя адзінкі [1, с. 41], многія з якіх, як намі заўважана, указваюць на рэгіянальна абмежаваныя лакацыі і вербалізуюцца праз канкрэтныя тапанімічныя намінацыі, кшталту *Занёманішчына, Задзвінішчына, Бярэзінская зямля, Палессе, Белавежа* і інш. І гэта заканамерна, бо “для беларуса Радзіма – гэта хутчэй родная хата, сям’я, дзяцінства, чым дзяржава як палітычнае ўтварэнне” [1, с. 55].

Даследаванні структуры нацыянальнага вобраза свету ў айчыннай літаратурнай традыцыі таксама сведчаць аб прыярытэце рэгіянальнага над агульначалавечым у беларускай нацыянальнай свядомасці. З большага гэта абумоўлена так званай “*тутэйшасцю*” як спецыфічнай гістарычнай рысай менталітэту беларусаў, што склалася ў XVIII – XIX стагоддзях. Па гэтай прычыне таксама вылучаюць канцэпт *малая радзіма*, у аснове якога знаходзіцца каштоўнасная значная ідэнтыфікацыя чалавека з пэўным рэгіёнам як месцам яго нараджэння або асобаснага станаўлення. І на сённяшні час айчыннае мастацтва слова ўжо ўзбагацілася мноствам “унікальных гісторыка-геаграфічных вобразаў, з абсягамі якіх аўтары ідэнтыфікавалі сябе, атаясамлівалі свой свет” [2, с. 114]. Таму *малую радзіму* можна разглядаць і як тапаграфічную катэгорыю, і як “псіхалагічны феномен” [3, с. 22].

Індывідуальна-паэтычнае рэканструяванне вобраза малой радзімы ў мастацкіх тэкстах пэўных аўтараў нельга атаясамліваць з адлюстраваннем нацыянальнай карціны свету. Аднак гэта аўтарскае бачанне дапаўняе структуру этнакультурнай мадэлі быцця,