

ЛИТЕРАТУРА

1. Рекомендации по развитию экологического туризма в лесном хозяйстве Беларуси : реестр техн. нормат. актов : утв. М-вом лесн. хоз-ва Респ. Беларусь от 10.09.2008 г. № 000083. – Введ. 01.08.2008 / И. В. Ермонова ; ГНУ «Ин-т леса НАН Беларуси» // Науч.-техн. информ. в лесн. хоз-ве / М-во лесн. хоз-ва Респ. Беларусь, РУП «Белгипролес». – Минск, 2008. – Вып. 9. – С. 3–58.

УДК 323.11:94"1941/1945"(476+470+571)

ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ КАК ФАКТОР ЕДИНЕНИЯ НАРОДОВ БЕЛАРУСИ И РОССИИ

Н. М. Звездкин

*Учреждение образовани «Белорусский государственный
университет транспорта», г. Гомель*

Рассмотрен вопрос сохранения исторической памяти о Великой Отечественной войне в контексте единения народов Беларуси и России. Приведены социологические данные, отражающие осознание значимости Великой Отечественной войны в коллективном сознании граждан двух государств. Для сравнения приведены данные социологического мониторинга представлений о победителях фашизма во Второй мировой войне среди ряда западных стран. На основании полученных результатов сделаны выводы о важности сохранения исторической памяти и правды о Великой Отечественной войне субъектами Союзного государства.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, ценностный ориентир, Союзное государство, историческая память, общественное сознание.

HISTORICAL MEMORY OF THE GREAT PATRIOTIC WAR AS A FACTOR IN UNITING THE PEOPLES OF BELARUS AND RUSSIA

N. M. Zvezdkin

Belarusian State University of Transport, Gomel

The materials examine the preservation of the historical memory of the Great Patriotic War in the context of the unity of the peoples of Belarus and Russia. They present sociological data reflecting the awareness of the significance of the Great Patriotic War in the collective consciousness of citizens of both countries. For comparison, data from a sociological study of perceptions of the victors over fascism in World War II among several Western countries is presented. Based on the results, conclusions are drawn regarding the importance of preserving historical memory and the truth about the Great Patriotic War by constituent entities of the Union State

Keywords: The Great Patriotic War, value orientation, union state, historical memory, public consciousness.

Консолидация общества невозможна без наличия общей системы ценностей. Данный принцип также справедлив и в контексте международных отношений. Вопрос наличия и формирования общих ценностных основ особенно актуален для народов Беларуси и России, вовлеченных в реализацию уникального интеграционного проекта – «Союзное государство», специфика которого заключается в расширении партнерских взаимоотношений между двумя странами, выстраиваемых на принципах безусловного сохранения государственного суверенитета и территориальной целостности, а также ответственного выполнения сторонами своих международных обязательств [1].

По причине общности исторических судеб историческая память братских народов содержит множество общих эпизодов, имеющих схожую оценку в общественном сознании. При этом из всех масштабных исторических событий общий непротиворечивый

взгляд существует преимущественно на историю Великой Отечественной войны. Ярким тому подтверждением является отношение граждан Беларуси и России к данному событию. Так, согласно данным социологического опроса населения, проведенного в 2024 г. Институтом социологии НАН Беларуси, 91,9 % белорусов гордятся тем, что живут в одной из стран, одержавших победу в Великой Отечественной войне. 68,5 % участников опроса указали, что периодически посещают места памяти героев Великой Отечественной войны. Также более половины респондентов (56,8 %) выразили мнение, что Великая Отечественная война – это героический подвиг всего советского народа [2]. Таким образом, можно прийти к выводу, что Великая Отечественная война воспринимается белорусами как одно из важнейших событий в отечественной истории. Также очевидно, что граждане страны до сих пор сохранили достаточно прочную эмоциональную связь с событиями военного лихолетья.

Похожий результат дают и социологические опросы, проводимые в Российской Федерации. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения за 2024 г., большая часть россиян (61 %) называет День Победы самым важным для себя праздником. По данным ВЦИОМ, начиная с 2018 г. именно «9 Мая» возглавляет рейтинг важных для россиян праздников. При этом отмечается незначительное снижение значимости данной даты в последние годы (2018, 2020 г. – по 71 %, 2021 г. – 69 %, 2022 г. – 67 %, 2023 г. – 65 %) [3]. По мнению экспертов, это может быть обусловлено насыщенностью современной жизни, глобальными событиями и кризисными явлениями, значительно влияющими на общество. В то же время результаты социологических исследований отражают по-прежнему достаточно высокий уровень влияния событий Великой Отечественной войны на сознание современных белорусов и россиян.

Абсолютно очевидно, что сохранение исторической памяти не происходит само по себе и нуждается в целенаправленной работе по ее поддержанию. Так, в обществе могут происходить процессы социальной (исторической) амнезии, которые по аналогии с индивидуальной психологической амнезией определяются как забвение тех или иных исторических фактов и явлений. В связи с тем, что все большее количество лет отделяют нас от событий Великой Отечественной войны, а участников и очевидцев тех событий, к сожалению, уже практически не осталось, становится все сложнее поддерживать память о ней. Кроме этого необходимо принять во внимание, что в ряде западных стран проводится целенаправленная агрессивная политика, направленная на тотальное стирание памяти о знаковой роли советских воинов в победе над фашизмом и нацизмом. Обратимся к данным компании по исследованию общественного мнения ICM Research, произведшей опрос более 3 тыс. жителей ряда государств относительно роли различных стран в освобождении мира от фашизма. Так, половина жителей Великобритании убеждена в решающей роли их страны в победе над фашизмом. Почти половина жителей США (47 %) высказывают мнение, что именно их народ победил фашизм. Во Франции большая часть респондентов (56 %) также высказали мнение о решающей роли США в победе над фашистской Германией. При этом во всех трех случаях роль советских воинов признали всего от 12 до 15 % опрошенных [4]. Печальной тенденцией последних лет стал и массовый снос советских военно-мемориальных объектов в странах еврозоны. Так, по состоянию на 1 декабря 2023 г. в странах Евросоюза было снесено более 3 тыс. памятников советским воинам-освободителям [5]. Сегодня эта цифра продолжает увеличиваться. Таким образом, абсолютно очевидно, что сохранение исторической правды о настоящей роли советского народа в победе над коричневой чумой XX в. является исключительной прерогативой ряда государств постсоветского пространства – реальных наследников Великой Победы. Отрадно, что в Республике Беларусь и Российской Федерации прилагаются существенные усилия в данном направлении. Это не только многочисленные и систематически проводимые мероприятия, приуроченные к памятным датам, всевозможные акции, но и целенаправленная политика в области

образования, культуры, науки. Ярким тому примером является внесение в Конституцию Республики Беларусь (ст. 15) положения, определяющего, что государство обеспечивает сохранение исторической правды и памяти о героическом подвиге белорусского народа в годы Великой Отечественной войны [6]. Таким образом, на государство возлагается конституционное требование об обязанности сохранять нашу историческую память.

Подводя итог вышеизложенному, необходимо отметить, что сохранение исторической памяти и исторической правды о Великой Отечественной войне является жизненно необходимым условием обеспечения национальной безопасности Беларуси и России на современном этапе, а стало быть – это и важнейшая объединяющая задача, которая стоит перед обществами двух стран в рамках единого союзного государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Союзное государство // Президент Респ. Беларусь. – URL: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/integracija/sojuznoe-gosudarstvo> (дата обращения: 04.03.2025).
2. Институт социологии НАН Беларуси выяснил отношение белорусов к Великой Отечественной войне // Sb.by. Беларусь сегодня. – URL: <https://www.sb.by/articles/preemstvennost-istoricheskogo-koda.html> (дата обращения: 05.03.2025).
3. 9 Мая и память о Великой войне // ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/9-maja-i-pamjat-o-velikoi-voine> (дата обращения: 05.03.2025).
4. Кто победил фашистов во Второй мировой, по мнению британцев, американцев и немцев // MAXIM. – URL: <https://www.maximonline.ru/longreads/kto-pobedil-fashistov-vo-vtoroi-mirovoi-po-mneniyu-britancev-amerikancev-i-nemcev-id715916/> (дата обращения: 07.03.2025).
5. Уничтожение памятников советским воинам-освободителям // РИА НОВОСТИ. – URL: <https://ria.ru/20231205/pamyatniki-1913842273.html> (дата обращения: 09.03.2025).
6. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г., 17 окт. 2004 г. и 27 февр. 2022 г. // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – URL: <https://pravo.by/pravovaya-informatsiya/normativnye-dokumenty/konstitutsiya-respubliki-belarus/?ysclid=l6125mxgzg826873728> (дата обращения: 10.03.2025).

УДК 339.138:004.02

ГЕОМАРКЕТИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТОМ

Е. Н. Карчевская

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Рассмотрен рынок геомаркетинга, исследованы теоретические аспекты геомаркетинга, выделены перспективные методы исследования, названы характерные области применения геомаркетинга, представлены результаты исследования геомаркетинга в разных странах, обозначены перспективы его развития.

Ключевые слова. геомаркетинг, географический маркетинг, маркетинг мест.

GEOMARKETING AS A PROMISING TOOL FOR EFFECTIVE COMMUNICATION WITH THE CLIENT

E. N. Karchevskaya

Sukhoi State Technical University of Gomel, the Republic of Belarus

The article examines the geomarketing market, examines theoretical aspects of geomarketing, highlights promising research methods, names characteristic areas of geomarketing application, presents the results of geomarketing research in different countries, and outlines the prospects for its development.

Keywords: geomarketing, geographic marketing, place marketing.