
VII. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

УДК 371.4:913:378.18

К. А. Домасевич (karinadomasevich@mail.ru),
студентка

Т. Д. Ефименко (efimenkotimofej8@gmail.com),
студент

Е. Г. Федорцова (krfedartsova@mail.ru),
канд. филол. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЧЕРЕЗ ПРОЕКТ «КОЖНАЯ ПЯТНИЦА – РОДНАЕ, СВАЁ» (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ БЕЛОРУССКОГО ТОРГОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ)

В статье рассматриваются социокультурные аспекты реализации республиканского проекта «Кожная пятница – роднае, сваё» в студенческой среде. На примере инициативы студентов Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации анализируются механизмы формирования национальной идентичности, сохранения культурного наследия и поддержки отечественного производителя.

The article examines the socio-cultural aspects of the implementation of the republican project “Every friday – native, yours” in the student environment. Using the example of the initiative of students from the Belarusian Trade and Economic University of Consumer Cooperation, the article analyzes the mechanisms of forming national identity, preserving cultural heritage, and supporting domestic producers.

Ключевые слова: социокультурные проекты; идентичность; национальные традиции; культурное наследие; молодежь; отечественные товары; творческий подход.

Key words: socio-cultural projects; identity; national traditions; cultural heritage; youth; domestic goods; creative approach.

Социокультурная идентичность представляет собой сложный феномен, включающий осознание человеком своей принадлежности к определенной культуре, языку, истории, традициям и ценностям. Она формируется под влиянием множества факторов: семейного воспитания, образовательной среды, информационного пространства, культурных практик и социальных институтов.

Идентичность не является статичной характеристикой, она постоянно развивается и трансформируется под воздействием как внутренних, так и внешних факторов. Особенно интенсивно этот процесс протекает в молодежной среде, где происходит активное формирование ценностных ориентаций и жизненных стратегий.

Культурные традиции выступают важнейшим механизмом передачи социокультурного опыта от поколения к поколению. Они обеспечивают преемственность развития, сохраняют накопленные знания, нормы и ценности, формируют чувство принадлежности к определенной общности.

В современном обществе вопросы сохранения национальной идентичности, культурного наследия и формирования ценностных ориентиров у молодого поколения приобретают особую значимость. С одной стороны, молодежь выступает группой, наиболее восприимчивой к инновациям, с другой – именно в молодежной среде происходит критическое переосмысление традиционных ценностей и их адаптация к современным условиям.

Глобализационные процессы, унификация культурных стандартов и экспансия массовой культуры создают риски размывания национальной самобытности, утраты связи с историческими корнями и традициями. В этих условиях особую роль приобретают социокультурные проекты, направленные на актуализацию национальных ценностей, популяризацию отечественной культуры и формирование устойчивого интереса к истории и традициям своего народа. Одним из таких проектов в Республике Беларусь стала масштабная республиканская акция «Кожная пятніца – роднае, сваё», инициированная в декабре 2025 г. Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее – МАРТ) при поддержке Белтелерадиокомпаний и других заинтересованных организаций. Проект направлен на повышение культуры потребления, продвижение отечественных товаров, популяризацию их качества, разнообразия белорусских блюд и красоты родного языка [1].

Проект предлагает гибкие механизмы участия, что позволяет каждому выбрать наиболее комфортный для себя формат. Гражданам предлагается каждую пятницу (и не только) носить одежду и обувь белорусских производителей, готовить блюда из местных продуктов, слушать белорусскую музыку, читать и разговаривать на белорусском языке, а также делиться своими действиями в социальных сетях.

Для организаций и индивидуальных предпринимателей предусмотрена возможность регистрации на сайте МАРТ, после чего участник самостоятельно определяет формат своего участия: проведение выставок и дегустаций, предоставление скидок на белорусские товары, оформление витрин в национальном стиле, музыкальное оформление с трансляцией белорусских композиций [1].

Социокультурный потенциал проекта заключается в его способности интегрировать различные аспекты культурной жизни – от экономики до языка и искусства. Приобретение белорусского продукта становится не просто потребительским актом, а осознанным выбором в пользу своей культуры, страны.

Таким образом, «белорусская пятница» может превратиться в семейную традицию – накрыть стол с нашими продуктами, встретить гостей в одежде белорусских брендов и сопроводить вечер музыкой и стихами на родном языке. Именно это превращение разовых акций в устойчивые культурные практики составляет главный социокультурный смысл проекта.

Студенты Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации выступили инициаторами яркого мероприятия в поддержку отечественного производителя и национальных традиций, проведенного в рамках проекта «Кожная пятніца – роднае, сваё» [2]. Эта инициатива представляет особый интерес с социокультурной точки зрения, поскольку демонстрирует механизмы самоорганизации молодежи и ее вовлечения в процессы сохранения и трансляции культурного наследия (рисунок 1).



Рисунок 1 – Инициаторы мероприятия в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации в рамках проекта «Кожная пятніца – роднае, сваё»

Центральной составляющей мероприятия стала серия интеллектуальных викторин на белорусском языке, посвященных знаковым местам Беларуси. Студенты соревновались в знаниях по истории, архитектуре и уникальным заповедным уголкам страны. Такой формат оказался особенно удачным для студенческой среды, поскольку он соответствует академическому характеру университета и одновременно позволяет участникам проявить творческий подход.

Интеллектуальные викторины, посвященные знаковым местам Беларуси, выполняют важную социокультурную функцию – они способствуют освоению культурного наследия через игровые формы, что особенно эффективно в молодежной среде. Участники не просто получают информацию, но и активно ее перерабатывают, запоминают, соотносят с уже имеющимися знаниями.

Особый интерес вызвали вопросы, касающиеся малоизвестных фактов из истории белорусских городов и местечек. Студенты не только демонстрировали свои знания, но и открывали для себя новую информацию о родной стране, что полностью соответствует духу проекта – каждый раз узнавать что-то новое о своем, родном (рисунок 2).



Рисунок 2 – Соавторы статьи проводят викторину

Важным элементом мероприятия стало поощрение участников, приятным бонусом стали сладкие призы для всех знатоков и победителей: в частности, товары белорусского бренда «СВАЁ» (соки, конфеты) и кондитерской фабрики «Коммунарка» (конфеты «са смакам роднай мовы» – с названиями белорусских слов «ветлівасць», «натхненне», «пяшчота», «удзячнасць», «ціхамірнасць») [2]. Этот незначительный элемент мероприятия имеет глубокий социокультурный смысл.

Во-первых, сладкие угощения от белорусских производителей стали символическим напоминанием о качестве и разнообразии продукции, выпускаемой в нашей стране. Это создает эмоциональную связь между позитивными впечатлениями от участия в мероприятии и отечественными товарами, а также способствует изучению белорусского языка.

Во-вторых, система поощрений формирует положительное подкрепление культурной активности, что способствует закреплению интереса к подобным мероприятиям и формированию устойчивых культурных паттернов поведения.

Опыт Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации показывает, что внеучебная деятельность предоставляет широкие возможности для реализации социокультурных проектов. В отличие от учебных занятий, которые имеют более формализованный характер, внеучебные мероприятия позволяют использовать разнообразные формы работы – от интеллектуальных игр до творческих конкурсов и экскурсий.

Именно в пространстве внеучебной деятельности студенты могут наиболее полно проявить свою инициативу, творческий подход, организаторские способности. Инициатива студентов Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, которые сами выступили организаторами мероприятия в рамках республиканского проекта,

демонстрирует высокий уровень их социокультурной активности и заинтересованности в сохранении национальных традиций.

Список использованной литературы

1. **Республиканская** акция «Кожная пятніца – роднае, сваё» // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. – URL: <https://mart.gov.by/activity/torgovlya-i-uslugi/proekt-kozhnaya-pyatnitsa-rodnae-svaye> (дата обращения: 17.03.2026).

2. «**Кожная** пятніца – роднае, сваё»: студенты БТЭУ поддержали республиканский проект // Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации. – URL: <https://www.bteu.by/news/respublikanskaya-akczyya-kozhnaya-pyatnicza-rodnaye-svayo> (дата обращения: 17.03.2026).