Частное образовательное учреждение высшего образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

Институт креативных индустрий и гостеприимства

НАСЛЕДИЕ В РУКАХ МОЛОДЕЖИ: НОВЫЕ ТРЕНДЫ

Сборник статей
международной научно-практической конференции
студентов и молодых ученых
25-26 сентября 2025 г.

Санкт-Петербург

2026

УДК (338.48+331.1+332.1+332.146.2+796.5)
ББК 65.43+65.433+75.81
Н31

Редакционная коллегия:
И. Г. Филиппова - канд. ист. наук, доцент, заведующий кафедрой «Туризма и гостеприимства» СПбУТУиЭ
В. Л. Погодина - д-р пед. наук, доцент, профессор кафедры «Туризма и гостеприимства» СПбУТУиЭ
А.С. Баранов - канд. пед. наук, доцент, кафедры «Туризма и гостеприимства» СПбУТУиЭ

Н31 **Наследие в руках молодежи: новые тренды** [Электронный ресурс]: Сборник статей международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых (25-26 сентября 2025 г.) / под общей ред. И.Г. Филлиповой, В.Л. Погодиной, А.С. Баранова; С.-Петерб. ун-т технол. упр. и экон. – Электрон. дан. (2,4 Мб). – СПб.: Изд-во: «Поволжская научная корпорация», 2026. – 189 с.

Приоритетным направлением научных исследований института гуманитарных и социальных наук Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики является привлечение внимания молодежи к проблемам сохранения объектов Всемирного наследия России, и в рамках данного направления 25-26 сентября 2025 г. состоялась Международная научно-практическая конференция студентов и молодых ученых «Наследие в руках молодежи: Новые тренды». Мероприятие призвано сформировать у молодого поколения ценностные ориентиры, направленные на сохранение культурной идентичности и исторической памяти, укрепить межкультурный диалог, внедрить информационно-коммуникационные технологии в сферу культуры и улучшить взаимодействие заинтересованных сторон в развитии образования в области Всемирного наследия на международном уровне. Участниками конференции стали представители международных и российских организаций, чья деятельность направлена на изучение проблем сохранения Всемирного наследия, известные российские и зарубежные ученые-специалисты, а также студенты вузов.

ISBN 978-5-6056506-3-8

© Погодина В.Л., Филиппова И.Г., сост., 2026
© Коллектив авторов, 2026
© СПбУТУиЭ, 2026

**Молодёжь и экспедиционный туризм:
на пути от потребления впечатлений
к генерации знаний**

А. С. Баранов
РГПУ им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия

**Youth and expedition tourism:
on the way from consuming impressions
to generating knowledge**

A. S. Baranov
Herzen State Pedagogical University of Russia

Аннотация. *В статье обоснована концепция экспедиционного наследия как линейного феномена, целостность которого раскрывается через исследовательское преодоление пространства. Для его освоения предложена и детализирована методология историко-географической реконструкции как технология организации туристской деятельности, которая позволяет трансформировать роль молодежи из пассивных потребителей в активных соисследователей. Ключевая роль в реализации данного подхода отводится хранителям экспедиционного наследия, таким как РГО, РИО, профильным музеям и архивам. Работа доказывает, что экспедиционный туризм выступает эффективной платформой для формирования гибких навыков и генерации знаний, знаменуя переход от парадигмы «потребления впечатлений» к парадигме «генерации знаний» и отвечая критериям устойчивого туризма.*
Ключевые слова: *экспедиционный туризм; устойчивый туризм; экспедиционное наследие; региональное развитие; историко-мемориальные маршруты; историко-географическая реконструкция; молодежный туризм; РГО; теория туризма.*
Abstract. *The article substantiates the concept of expeditionary heritage as a linear phenomenon, the integrity of which is revealed through the exploration of space. To master it, the methodology of historical and geographical reconstruction is proposed and detailed as a technology for organizing tourist activities, which makes it possible to transform the role of young people from passive consumers to active co-researchers. The key role in the implementation of this approach is assigned to the keepers of the expeditionary heritage, such as the Russian Geographical Society, the Russian Historical Society, etc. The work proves that expedition tourism is an effective platform for the formation of flexible skills and knowledge generation, marking the transition from the paradigm of "consumption of impressions" to the paradigm of "knowledge generation" and meeting the criteria of sustainable tourism.*
Keywords: *expedition tourism; sustainable tourism; expedition heritage; regional development; historical and memorial routes; historical and geographical reconstruction; youth tourism; Russian Geographical Society; tourism theory.*

Введение

Актуальность исследования обусловлена совокупностью взаимосвязанных социально-экономических и образовательных трендов, стимулирующих поиск новых форм освоения культурного и природного наследия. Кризис «классической» модели туризма, проявляющийся в пресыщенности современного рынка стандартными пакетными турами, формирует спрос на продукты, способствующие формированию аутентичного опыта, личностной трансформации и глубокого погружения во «вмещающий

ландшафт», особенно в молодёжной среде – крайне чутко улавливающей изменения тренда. Параллельно на рынке труда актуализируется запрос на специалистов, обладающих гибкими навыками (критическое мышление, командная работа, проектное управление). При этом потенциал молодежного туризма выходит за рамки сферы образования, выступая действенным инструментом формирования позитивного имиджа территории и влияния на политическую сферу общества в контексте «мягкой силы» [1; 2]. Традиционная система образования в силу своей высокой инерционности не всегда способна оперативно реагировать на эти вызовы. Анализ исторического опыта показывает, что практика советского самодеятельного (неорганизованного) туризма, инициировавшегося школьными учителями и студенческими коллективами, наглядно демонстрирует высокий педагогический потенциал подобных форм, что подчёркивает существование высокого запроса на эту деятельность и ранее. Авторский личный опыт участия в подобных школьных экспедициях в Карпатский и Хопёрский государственные заповедники в советскую эпоху наглядно свидетельствует о том, что в тот период данная деятельность не имела системной научной и правовой поддержки, что ограничивало её масштабирование и эффективность. При этом организационная и правовая среда того времени позволяла осуществлять такие выезды существенно проще, чем в современных условиях, характеризующихся жёсткими требованиями к безопасности и правовому регулированию туристской деятельности, особенно в сфере детско-юношеского и молодёжного туризма. Данное обстоятельство актуализирует необходимость глубокой научной и методологической проработки моделей экспедиционного туризма с участием молодёжи, которые сочетали бы педагогические наработки прошлого с легитимностью и безопасностью настоящего. В этом контексте современный экспедиционный туризм потенциально может выступать в качестве эффективной внеаудиторной педагогической платформы для формирования данных компетенций в процессе реальной проектной деятельности.

Важной составляющей актуальности является также отчуждение молодого поколения от объектов наследия, что отчасти связано с их долговременной ориентацией на глобальную повестку в ущерб локальной, региональной и национальной. В этом контексте модель экспедиционного туризма, основанная на методологии историко-географической реконструкции, способна трансформировать роль молодежи из пассивных зрителей в активных соисследователей, формируя у них осознанную ответственность за сохранение наследия. Дополнительным катализатором выступает и научно-технологический тренд, связанный с бурным развитием таких цифровых инструментов, как GPS, ГИС, 3D-моделирование и т. д. Активное использование этих технологий стирает грань между профессиональной наукой и любительским интересом, что подтверждается современными исследованиями по цифровизации наследия [9], открывая широкий доступ к полевым исследовательским методикам и способствуя

вовлечению молодежи в научно-популярную и просветительскую деятельность в рамках экспедиционных проектов.

Научная новизна и практическая значимость работы заключаются в синтезе указанных разнородных запросов в единой концепции. Статья призвана теоретически обосновать переход от парадигмы «потребления впечатлений» к парадигме «генерации знаний», предложить конкретную методологию историко-географической реконструкции в качестве технологии организации этой туристской ниши и описать формируемый комплекс исследовательских компетенций, релевантных для личностного и профессионального развития молодежи. Таким образом, исследование находится на стыке современных тенденций в туризме, педагогике, истории, географии, цифровых технологий и охране наследия, что и определяет его высокую актуальность и междисциплинарный характер.

Постановка проблемы

Исторический анализ эволюции отношения общества к наследию позволяет выявить магистральный тренд: от выделения единичных сакральных объектов (античные «чудеса света») к тотальному признанию ценности всего его многообразия как субстрата цивилизации [4, С. 21-25]. Данный процесс находит свое отражение и в феноменологии путешествий, где акцент смещается с внешней атрибутики на внутреннее, смысловое и трансформирующее содержание [6]. Однако форма взаимодействия с наследием, понимаемым в подобном расширенном контексте, зачастую остаётся в парадигме пассивного созерцания. Мы полагаем, что развитие экспедиционного туризма является следующей закономерной стадией данной эволюции. Если этапами были: 1) выделение чудес, 2) их каталогизация и правовая защита, 3) популяризация, что нашло свое закрепление в международных документах, прямо предписывающих государствам развивать просветительские программы в данной сфере [7], то этапом 4) становится активное, исследовательское освоение, в котором ключевая роль отводится молодёжи.

Такой подход применим для работы со сложным, комплексным наследием, обеспечивая не «импорт впечатлений», а генерацию знаний и формируя у молодежи ответственное, со-творческое отношение. В связи с этим возникает необходимость концептуализации феномена «экспедиционного наследия», как безусловного субстрата экспедиционного туризма.

Концепция экспедиционного наследия

Экспедиционное наследие – это комплексный феномен, представляющий собой единство материальных и нематериальных компонентов, объединённых общим историко-мемориальным маршрутом, логикой освоения территории (путь, дорога, тракт) или целью. Его целостность, ценность и смысл раскрываются исключительно через активное, исследовательское преодоление пространства, моделирующее и воспроизводящее практику пионеров-первопроходцев, первооткрывателей.

В отличие от точечного объекта (храм, крепость), экспедиционное наследие по своей природе линейно. Его ядром могут выступать маршруты: торговые (Великий шёлковый путь, путь «из варяг в греки»), научные (экспедиции Н. М. Пржевальского, Н. Н. Миклухо-Маклая), военные (маршруты Александра Македонского, А. В. Суворова) и другие типы, обладающие схожей и выраженной пространственно-временной структурой и имеющие высокий историко-мемориальный потенциал. Ценность заключается не только в точках на карте, но и в связующем их пространстве, где «зашифрованы» исторические закономерности (например, логика расположения караван-сараев, определяемая пределом дневного перехода).

Материальные свидетельства маршрута (археологические памятники, элементы исторической инфраструктуры), а также экспедиционные артефакты – архивные документы, музейные коллекции и личные дневники путешественников являются точками доступа к нематериальному ядру: духу приключения, опыту преодоления, знаниям о навигации и выживании. Именно работа с этими первоисточниками на подготовительном этапе формирует исследовательский каркас будущего экспедиционного тура, обеспечивая осмысленность полевых изысканий в рамках метода историко-географической реконструкции. Это наследие не потребляется, а проживается и воспроизводится в каждом новом прохождении. Его актуальность определяется не древностью, а повторяемостью исследовательского процесса, что позволяет рассматривать экспедиционное наследие как инструмент личностного и познавательного развития.

Методология освоения: историко-географическая реконструкция

Метод историко-географической реконструкции уже доказал свою эффективность в туризме, выступая основой для формирования новых продуктов [5]. Особую наглядность данный подход приобрел при работе с военным наследием, где реконструкция маршрутов перемещения войск, логистики, стратегических замыслов и в особенности – мест сражений позволяет буквально «прочувствовать» историю на местности. Дальнейшее развитие метод получил в реконструкции пространств, описанных в литературных произведениях [8]. Полагаем, что в полной мере потенциал этого метода раскрывается при освоении экспедиционного наследия, где физическое преодоление пространства является неотъемлемой частью исследовательского процесса.

Увидеть крепость с экскурсионной тропы – значит зафиксировать изолированный артефакт. Пройти по древнему пути к этой крепости, провести рекогносцировку местности и проанализировать логику ее расположения в ландшафте – значит понять систему обороны целого региона. Пассивное посещение дает факт, экспедиционное исследование, основанное на реконструкции, – дает понимание контекста и причинно-следственных связей. Только через непосредственное включение в «поле» – через прохождение маршрута, верификацию гипотез и документацию открытий – происходит

подлинное освоение наследия, переход от усвоения готовых смыслов к генерации личностного знания и формированию ответственной связи с ним.

Традиционная модель пассивного посещения оказывается методологически несостоятельной для комплексного освоения феномена экспедиционного наследия. Многослойность и системность его genius loci требуют принципиально иного подхода. Таким подходом является историко-географическая реконструкция, которая трансформирует роль участника из внешнего наблюдателя в активного со-исследователя. Ключевая роль в научной и организационной поддержке такой деятельности принадлежит хранителям экспедиционного наследия – Российскому географическому обществу (РГО), Российскому историческому обществу (РИО), Российскому военно-историческому обществу (РВИО), Государственному Архиву (ГА) и другим подобным государственным и общественным организациям, а также профильным государственным и частным музейным коллекциям, обладающим необходимыми артефактами и экспертизой.

Конкретной организационной моделью реализации такого взаимодействия может стать создание лабораторий экспедиционного туризма на базе ведущих профильных вузов, выступающих стратегическими партнёрами указанных общественных организаций. Данная модель предполагает, что студенты географических, туристских и смежных направлений подготовки получают от РГО (или других обществ), а также заинтересованных структур (туроператоров, региональных администраций, компаний заинтересованных в развитии территорий), специальные исследовательские задания («заказы») для реализации в рамках курсовых и выпускных квалификационных работ, а также во время прохождения учебных и производственных практик.

При этом выстраивается сквозная образовательная траектория, связывающая разные уровни подготовки. Студенты магистратуры, обладающие более глубокой специализацией (например, в рамках таких программ, как «Образовательный туризм», реализуемая в РГПУ им. А. И. Герцена), могут осуществлять фундаментальную проработку объектов экспедиционного наследия. Результатом их работы становятся готовые методические и маршрутные разработки, которые затем передаются студентам бакалавриата для апробации в процессе «дальней практики» - традиционной для географических специальностей полевой работы в отдалённых регионах страны. Таким образом, магистры выступают в роли разработчиков, а бакалавры – в роли исполнителей полевого этапа, под общим руководством ведущих преподавателей, что создаёт эффективную систему наставничества и обеспечивает преемственность исследовательских проект, способствуя формированию научной школы экспедиционного туризма.

Важно подчеркнуть, что итоговый студенческий продукт на данном этапе ещё не является коммерческим туром, поскольку создаётся в учебных и научных целях и не включает соответствующей экономической составляющей. Однако, именно здесь вступает в силу следующий,

вневузовский этап жизненного цикла проекта. Наиболее успешные и проработанные студенческие разработки, прошедшие полевую апробацию, могут быть переданы профессиональным туроператорам для доработки и коммерциализации. Ключевую роль в этом процессе должна играть процедура сертификации и экспертной оценки со стороны РГО и других профильных сообществ, которые, по аналогии с уже сложившейся практикой, могли бы выдавать свои заключения и присваивать соответствующий статус, например – «Рекомендовано РГО». Это было бы знаком качества и научной обоснованности маршрута, значительно повышая его ценность и привлекательность на рынке.

Участие коммерческих структур может быть расширено и на начальной стадии исследований. Туроператоры, опираясь на данные маркетинговых исследований и стратегии развития, могли бы выступать в роли заказчиков и софинансировать разработку перспективных маршрутов в конкретных, востребованных с рыночной точки зрения регионах. Такое партнёрство позволило бы целенаправленно формировать турпродукт, обладающий высоким коммерческим потенциалом, а для студентов создавало бы дополнительную мотивацию и возможность прямого внедрения своих разработок в практику, их стартапом.

Таким образом, предложенная модель замыкает полный цикл: от фундаментального исследования и образовательной практики до создания легитимного, сертифицированного и востребованного продукта.

В рамках данного исследования историко-географическая реконструкция позиционируется не только как теоретический принцип, но и как конкретная технология организации туристской деятельности, реализуемая в три последовательных этапа.

Подготовительный – архивный (пред экспедиционный) этап включает работу с историческими источниками и архивными материалами, картографирование предполагаемого маршрута на основе современных ГИС-технологий и формулировку индивидуальных или групповых исследовательских гипотез, подлежащих верификации в полевых условиях.

Полевой (экспедиционный) этап представляет собой непосредственное прохождение маршрута, сопровождаемое GPS-трекингом, инструментальной фото- и видеофиксацией (включая аэросъемку с использованием БПЛА), ведением полевого дневника и сбором эмпирических данных (геоданные, описания состояния объектов, полевые интервью).

Камеральный (пост-экспедиционный) этап направлен на обработку и систематизацию собранных материалов: создание электронных карт и 3D-моделей объектов, написание аналитического отчета или научно-популярной статьи, а также публичную презентацию результатов, что завершает цикл исследовательской деятельности и фиксирует ее итог в виде конкретного продукта.

Реализация данной методологии целенаправленно формирует у участников комплекс взаимосвязанных исследовательских компетенций, выходящих за рамки рекреационного опыта. Ключевыми из них являются:

– компетенция работы с историческими источниками: навыки критического анализа архивных материалов и историографической литературы;

– пространственное мышление и картографическая грамотность: умение работать с картографическими материалами различного времени, производить привязку исторических данных к местности и создавать собственные карты на основе ГИС;

– методы полевой фиксации и документации: владение навыками ведения полевого дневника, фото- и видеофиксации, а также элементарными методиками описания и паспортизации объектов наследия;

– цифровая грамотность: практическое использование специализированного программного обеспечения для обработки пространственных данных, создания 3D-моделей и визуализации результатов;

– академические практики: способность к структурированию, анализу и публичной презентации результатов исследования в форматах отчета, статьи или мультимедийной публикации.

Таким образом, экспедиционный туризм трансформируется из досуговой практики в целостную образовательно-исследовательскую среду, где формирование компетенций происходит естественным путем в контексте реальной проектной деятельности.

Результаты

Концептуализация феномена экспедиционного наследия предоставляет методологический ключ для проектирования образовательных и туристских практик, адекватных системной природе наследия и запросу современной молодежи на глубокую, осмысленную деятельность.

Музейное сообщество, традиционно выступавшее хранителем артефактов, интуитивно стремилось к ретрансляции этого наследия через тематические выставки и экскурсии. Однако его возможности ограничены жесткой привязкой к собственному пространству, а выездные мероприятия носят эпизодический характер и не позволяют в полной мере реализовать потенциал «проживания» маршрута.

В контексте новейших теоретических разработок, рассматривающих наследие в качестве субстратной основы туризма [4, С. 18-21; 3], экспедиционный туризм предлагает наиболее адекватную форму взаимодействия. Молодежь в этой модели не является пассивным потребителем, а активно генерирует новые знания, становясь подлинным носителем наследия. Это меняет ценностную модель: результатом становится не сувенир, а созданный участником отчет, карта, набор данных или публикация. Мотивация смещается с «я был у объекта» на «я внес свой вклад в его изучение».

Таким образом, историко-географическая реконструкция выступает инструментом демократизации и активизации подхода к наследию, позволяя каждому участнику создавать персональные, «живые» списки чудес, открывая genius loci конкретного места и соответствует принципам устойчивого туризма.

Выводы

1. Сформулирована и обоснована концепция экспедиционного наследия как линейного, процессуального феномена, ценность которого раскрывается через исследовательское преодоление пространства.
2. Доказана методологическая несостоятельность пассивной модели туризма для освоения комплексного наследия и предложена в качестве альтернативы методология историко-географической реконструкции.
3. Выявлен образовательный потенциал экспедиционного туризма как платформы для формирования гибких навыков и исследовательских компетенций у молодежи через включение в реальную проектную деятельность.
4. Определена ключевая роль организаций-хранителей наследия (РГО, РИО, РВИО, музеи) в научной и организационной поддержке экспедиционного туризма.
5. Экспедиционный туризм позиционирован как эффективная платформа для формирования гибких навыков и перехода от парадигмы «потребления впечатлений» к парадигме «генерации знаний», что соответствует принципам устойчивого туризма.

Экспедиционное наследие не должно быть лишь музеефицированным объектом. Его сохранение и актуализация происходят через активное использование – в походных рюкзаках, на цифровых картах и в открытиях новых поколений исследователей, для которых оно становится не грузом прошлого, а живой историей для будущего.

Библиографический список:

1. Асадов Б. Р. О влиянии молодежной среды на процесс туристского освоения политической сферы общества / Б. Р. Асадов, А. С. Баранов // Вестник Пермского университета. Политология. – 2015. – № 2(30). – С. 165-176.
2. Асадов Б. Р. О влиянии молодежного туризма на формирование имиджа территории как инструмента «мягкой силы» в контексте современных международных отношений / Б. Р. Асадов, А. С. Баранов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. – 2017. – Т. 22, № 2. – С. 137-148. – DOI 10.15688/jvolsu4.2017.2.14.
3. Баранов А. С. Наследие как субстрат туризма / А. С. Баранов, С. А. Баранова // Наследие в руках молодежи: новые тренды: Сборник статей международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, Санкт-Петербург, 24–25 сентября 2024 года. – Санкт-Петербург: Общество с ограниченной ответственностью «Поволжская научная корпорация», 2024. – С. 144-147.
4. Всемирное наследие СНГ в системе туризма: Россия – Узбекистан / [О. Х. Азимов, Б. Р. Асадов, М. Э. Ахматова и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2025. – 250 с.

5. Драчев Е. Л. Историческая реконструкция как основа формирования нового турпродукта / Е. Л. Драчев // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – Т. 8. – № 4. – С. 55-67.
6. Зорин И. В. Феноменология путешествий: учебник для магистрантов, обучающихся по направлению «Научно-экспедиционный туризм»: в восьми частях. Ч. 2: Мифология путешествий; Ч. 3: Философия путешествий / И. В. Зорин. – Москва: Советский спорт, 2007. – 443 с.
7. Об охране всемирного культурного и природного наследия: конвенция ЮНЕСКО, 16 нояб. 1972 г. – Париж: ЮНЕСКО, 1972. – 25 с.
8. Шейпак С. А. Реконструкция «мест памяти» в художественном дискурсе / С. А. Шейпак // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8. – № 4. – С. 1219-1227.
9. Asadov B. On the Use of Digital Technologies in the Process of Tourist and Recreational Development of UNESCO World Heritage Sites in Danger / B. Asadov, A. Baranov, I. Filippova // Finance, Economics, and Industry for Sustainable Development (ESG 2023): Proceedings of the 4th International Scientific Conference on Sustainable Development, St. Petersburg, 19-20 October 2023. – Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2024. – P. 227-238.

Ханское наследие как субстрат ханского туризма:
роль молодёжи в его актуализации

А. С. Баранов[1], И. Г. Филиппова[2]
[1]РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия
Россия, Санкт-Петербург [2]Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,

Khan's heritage as a substratum of khan's tourism:
the role of youth in its actualization

A. S. Baranov[1], I. G. Filippova[2]
[1]Herzen State Pedagogical University of Russia
[2]St. Petersburg University of Management Technologies and Economics (UMTE)

Аннотация. Статья посвящена исследованию потенциала ханского туризма как перспективного направления для молодёжного туризма в России. На основе анализа научных работ авторы рассматривают ханское наследие как культурно-исторический субстрат, обладающий значительным, но недостаточно реализованным потенциалом. Особое внимание уделяется роли молодёжи как активного агента актуализации этого наследия через образовательные проекты, цифровизацию, креативные индустрии и предпринимательство. В работе предложены конкретные практические векторы развития ханского туризма в России, направленные на создание устойчивой экосистемы взаимодействия между историческим наследием и молодёжью.
Ключевые слова: *ханский туризм; молодёжный туризм; культурное наследие; ханское наследие; ханский субстрат; туристский субстрат; актуализация наследия; молодёжь как агент развития; нишевый туризм; туристские ниши.*
Abstract. *The article is devoted to the study of the potential of Khan tourism as a promising area for youth tourism in Russia. Based on the analysis of scientific papers, the authors consider the Khanate heritage as a cultural and historical substrate with significant but insufficiently realized potential. Special attention is paid to the role of youth as an active agent of actualizing this heritage through educational projects, digitalization, creative industries and entrepreneurship. The paper suggests specific practical vectors for the development of Khan tourism in Russia, aimed at creating a sustainable ecosystem of interaction between historical heritage and youth.*
Keywords: *khan tourism; youth tourism; cultural heritage; khan heritage; khan substrate; tourist substrate; updating of heritage; youth as an agent of development; niche tourism; tourist niches.*

Введение

Современный туристский рынок, особенно в молодёжной среде, переживает переход от массовых форм туризма к специализированным и индивидуализированным продуктам. Молодые туристы ищут аутентичный опыт, активное участие и глубокое погружение в культуру, что обуславливает появление новых нишевых направлений, таких как ханский туризм [3]. Его основой, или субстратом, служит совокупное историко-культурное наследие тюрко-монгольских государств, существовавших на территории современной России и сопредельных стран [2; 5].

Феномен ханского туризма, как и любое специализированное направление в практике индустрии туризма, не возникает на пустом месте. Его субстрат обладает четкой внутренней структурой, состоящей из материальной и нематериальной субстанции. К первой относятся вещественные

свидетельства эпохи: археологические комплексы (такие как Сарай-Бату – столица Золотой Орды в Астраханской области), архитектурные памятники (дворец крымских ханов в Бахчисарае, Казанский кремль), а также музейные экспозиции, аккумулирующие артефакты. Ко второй, не менее важной, принадлежит духовное и бытовое наследие: эпические сказания, легенды, традиционные ремёсла, уникальная кухня и формы хозяйствования кочевых народов, сформировавших особый уклад жизни в евразийском пространстве.

Потенциал данного субстрата для туризма заключается в его высокой степени аутентичности и уникальности. В отличие от универсальных курортных предложений или сборных обзорных «туристских солянок» общекультурного профиля, наследие ханств предлагает нишевый, эксклюзивный продукт, ориентированный на удовлетворение растущего спроса на глубокое и осмысленное путешествие. Именно этот пласт культуры служит фундаментом для создания так называемого «эффекта присутствия» – ключевой категории в концепции ханского туризма [3]. Без опоры на подлинный субстрат – будь то руины древнего города или аутентичный рецепт традиционного блюда – достижение подобного эффекта полного погружения в историческую среду было бы невозможным.

Таким образом, ханское наследие представляет собой не просто набор разрозненных достопримечательностей, а целостную и многослойную систему. Она обладает значительным, но пока еще не полностью раскрытым потенциалом, который может быть реализован через грамотное проектирование туристского продукта. Эта система служит живым ресурсом, позволяющим не только сохранять память о прошлом, но и конструировать на его основе новые, востребованные форматы путешествий, отвечающие запросам современного, в первую очередь молодого, поколения туристов.

В современном обществе молодежь перестала быть пассивной аудиторией, превратившись в ключевого агента актуализации культурного наследия. Именно она формирует спрос на принципиально иные туристские продукты – интеллектуальные, интерактивные и эмоционально насыщенные. Отвергая пассивное потребление, молодые туристы стремятся к соучастию и личному вкладу, что делает их идеальной аудиторией для ханского туризма, основанного на глубоком погружении в исторический контекст. Их интерес простирается дальше простого осмотра достопримечательностей; они ищут подлинные смыслы и возможность личностной идентификации с наследием, выступая тем самым главным драйвером его оживления.

Молодежь играет роль в трех ключевых аспектах. Во-первых, она выступает соавтором туристского контента: через волонтерство в археологических экспедициях, участие в исторических реконструкциях, создание блогов и цифровых гидов молодежь непосредственно «оживляет» ханский субстрат, наполняя его новыми смыслами и форматами коммуникации [7]. Во-вторых, она является проводником культурного кода: как подчеркивает Б. Р. Асадов, в процессе туристского освоения этносферы молодежь активно ищет свою самоидентичность [1]. Осваивая наследие

ханств, она не просто изучает историю, а интегрирует ее в свое понимание многокультурной российской идентичности, транслируя это знание в своих сообществах. Наконец, в-третьих, молодежь служит инновационным ресурсом, используя цифровые навыки для разработки VR-реконструкций, интерактивных карт и проектов в сфере креативных индустрий, что позволяет перевести сложный исторический субстрат на язык современных медиа и тем самым обеспечить его сохранение и передачу будущим поколениям.

Реализация потенциала ханского туризма требует целенаправленного создания условий для эффективного взаимодействия между унаследованным культурным ханским субстратом и молодежью как активным агентом его развития. По нашему мнению, этот симбиоз может быть реализован через ряд конкретных практических шагов, учитывающих российскую специфику.

Одним из ключевых направлений является разработка и внедрение образовательно-просветительских проектов нового формата. Речь идет не о традиционных экскурсиях, а о создании молодежных археологических школ, полевых лагерей и историко-краеведческих экспедиций на базе таких объектов, как Сарай-Бату или городище Болгар под эгидой, например, РГО, РИО, РВИО и др. Совмещая волонтерскую деятельность по сохранению памятников с интенсивными образовательными модулями, цифровой документацией находок и встречами с ведущими учеными, такие проекты превращают молодежь из пассивных слушателей в непосредственных участников процесса сохранения и интерпретации наследия, обеспечивая тем самым глубокую личную связь с субстратом. Более того, это обеспечивает не только активное вовлечение молодежи, но и ведет к серьезной профориентационной работе.

Важнейшую роль играет цифровая актуализация наследия, где молодежь выступает главным исполнителем. Силами молодых IT-специалистов, историков и дизайнеров могут создаваться комплексные цифровые продукты: мобильные приложения с дополненной реальностью, которые «возвращают» к жизни утраченные сооружения на месте археологических раскопок; интерактивные 3D-карты, визуализирующие торговые пути и границы ханств; виртуальные музеи, делающие уникальные артефакты доступными для глобальной аудитории. Этот вектор не только повышает привлекательность наследия для цифрового поколения, но и решает проблему физической недоступности или плохой (частичной) сохранности части объектов, что ярко проявляется во многих проектах ЮНЕСКО [7].

Еще одним перспективным вектором является интеграция ханского субстрата в сферу креативных индустрий и событийного туризма. Привлечение молодых дизайнеров, музыкантов, ивент-менеджеров и бренд-менеджеров позволяет создать на основе традиционных орнаментов, символики, легенд и сюжетов современную сувенирную продукцию, ориентируясь в том числе на популярные среди молодежи товары с местной «ханской» символикой («мерч» – мерчендайз), а также музыкальные проекты разнообразных форматов. Речь идет о создании актуальных музыкальных

продуктов в жанрах этно-электроники, фолк-рока, инди-фолка и даже хип-хопа, где семплы национальных мелодий и поэтические тексты эпосов обретают новое звучание, находя отклик у молодой аудитории.

Особый потенциал имеют масштабные фестивали исторической реконструкции, такие как уже существующие мероприятия в Крыму или Татарстане. Их образовательная и просветительская функция может быть усилена за счёт создания интерактивных лабораторий на базе вузов при кураторстве специалистов из ведущих музеев, архивов и научно-исследовательских институтов. Параллельно могут развиваться и другие форматы вовлечения молодёжи: театрализованные представления, основанные на исторических хрониках, а также гастрономические площадки под руководством молодых шеф-поваров, исследующих и адаптирующих аутентичную кухню эпохи ханств.

Наконец, для обеспечения устойчивости развития необходима поддержка молодежного предпринимательства в этой сфере. Это может выражаться в создании специализированных программ и грантовых конкурсов для стартапов, предлагающих новые туристские продукты в нише ханского туризма. Важно, что данный рынок уже начинает формироваться, о чём свидетельствует появление туроператоров, таких как «Хан Тур Казань», «Хан Тур» (г. Буйнакск), и запуск тематических маршрутов крупными игроками, например, тур «Дорогами казанских ханов из Санкт-Петербурга» от ОАО «РЖД» [6]. Задача заключается в том, чтобы поддерживать эту тенденцию и тиражировать успешные практики – от организации небольших групповых туров с глубоким погружением (например, «Ханская тропа» [9]) до создания специализированных глэмпинг-отелей в стилистике кочевой культуры, а также создание документальных и художественных проектов, популяризирующих историю ханств [4; 8].

Таким образом, молодежь получает не только культурный, но и экономический стимул для развития данного направления, становясь полноправным субъектом его коммерциализации. В совокупности эти векторы формируют экосистему, в которой исторический субстрат перестает быть застывшим памятником прошлого, а становится живым ресурсом – питательной средой для образования, творчества, технологических инноваций и предпринимательской инициативы молодого поколения. Такой многоуровневый подход обеспечивает не только синергию между наследием и молодежью, но и устойчивое развитие ханского туризма как значимого компонента туристского кластера России.

Вывод

Ханское наследие как субстрат представляет собой «особую» культурную материю, обладающую огромным, но латентным потенциалом. Молодёжь России выступает главным агентом его актуализации, трансформируя этот субстрат в живой, востребованный и современный туристский продукт. Их роль выходит за рамки потребления, заключаясь в сотворчестве, цифровизации и переосмыслении наследия, что в конечном

итоге способствует не только развитию туризма, но и укреплению общероссийской гражданской идентичности, основанной на глубоком понимании исторического многообразия страны.

Библиографический список:

1. Асадов Б. Р. Поиск самоидентичности в процессе туристского освоения этносферы: глобализация или регионализация? / Б. Р. О. Асадов, А. С. Баранов // География: развитие науки и образования: Коллективная монография по материалам ежегодной международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 22–25 апреля 2020 года. Том 2. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2020. – С. 141-146.
2. Баранов А. С. Наследие как субстрат туризма / А. С. Баранов, С. А. Баранова // Наследие в руках молодежи: новые тренды: Сборник статей международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, Санкт-Петербург, 24–25 сентября 2024 года. – Санкт-Петербург: Общество с ограниченной ответственностью «Поволжская научная корпорация», 2024. – С. 144-147.
3. Баранов А. С. Теоретические предпосылки зарождения феномена ханского туризма / А. С. Баранов, Э. Р. Васильева // География: развитие науки и образования: Коллективная монография по материалам ежегодной международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 22–25 апреля 2025 года. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2025. – С. 529-536.
4. В объективе – Большой Алтай: как развивается туризм в республике [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2022. – 23 авг. // URL: https://rg.ru/2022/08/23/reg-sibfo/v-obektive-bolshoj-altaj.html (дата обращения: 06.10.2025).
5. Всемирное наследие СНГ в системе туризма: Россия – Узбекистан / О. Х. Азимов, Б. Р. Асадов, М. Э. Ахматова [и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2025. – 250 с.
6. Дорогами казанских ханов из Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] // RZDTour. // URL: https://rzdtour.com/ekskursionnyie-turyi/iz-sankt-peterburga/dorogami-kazanskix-xanov-iz-sankt-peterburga (дата обращения: 06.10.2025).
7. Asadov B. On the Use of Digital Technologies in the Process of Tourist and Recreational Development of UNESCO World Heritage Sites in Danger / B. Asadov, A. Baranov, I. Filippova // Finance, Economics, and Industry for Sustainable Development (ESG 2023): Proceedings of the 4th International Scientic Conference on Sustainable Development, St. Petersburg, 19–20 октября 2023 года. – Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2024. – P. 227-238.
8. Baranov Alexander. Prospects for the Development of Khan Tourism in the Republic of Uzbekistan / Baranov Alexander, Filippova Inga // Prospects for the Development of Inclusive Tourism in Uzbekistan: International Scientific and Practical Conference Bukhara, June 13-14, 2025 / Ministry of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan, Bukhara State University. – Bukhara, 2025. – P. 188-192.
9. Гизатуллин Р. Детская пешеходная экскурсия «Ханская тропа» / RUSSPASS [Электронный ресурс]. // URL: https://russpass.ru/excursion/66420fabf61de47bcef43fb5 (дата обращения: 06.10.2025).

Проведение исторических балов в Санкт-Петербурге как эффективный способ сохранения культурного наследия

П. Д. Власова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Holding historical balls in St. Petersburg as an effective way to preserve cultural heritage

P. D.Vlasova
Russia, The St. Petersburg,The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *Проведение исторических балов в Санкт-Петербурге и Ленинградской области рассматривается как эффективный инструмент сохранения культурного наследия. В статье анализируются социальная и культурная роль бала во времена Имперской России, особенности организации того времени, функции и цели проведения. Также расписываются функции современных балов. Будут приведены примеры мероприятий, их адреса, стоимость и особенности. Статья подчеркивает значимость исторических балов как живой практики, способствующей устойчивому сохранению материального и нематериального наследия Санкт-Петербурга и Ленинградской области.*
Ключевые слова: *бал; танец; костюмы; музыка.*
Abstract. *The organization of historical balls in St. Petersburg and the Leningrad Region is considered an effective tool for preserving cultural heritage. The article analyzes the social and cultural role of balls during the time of Imperial Russia, the specific features of their organization, and the functions and goals of their проведения. It also describes the functions of modern balls. Examples of events, their locations, costs, and features will be provided. The article emphasizes the significance of historical balls as a living practice that contributes to the sustainable preservation of the material and intangible heritage of St. Petersburg and the Leningrad Region.*
Keywords: *ball; dance; costumes; music.*

Как и зачем проводились балы в Имперской России

БАЛ, -а, о бале, на балу и (устар.) на бале, мн. -ы, -ов, муж. Большой танцевальный вечер. Костюмированный б. Б.-маскарад. [1]

Бал – это публичное или частное светское собрание с танцами, музыкой и условными правилами этикета, где во времена Имперской России собирались люди из высших сословий, люди, обладающие достаточным количеством денег или влияния в обществе. Формы варьировались от придворных балов до городских и частных салонных вечеров.

Для организации балов в те времена приходилось приложить множество усилий. Для начала организатор (двор, губернатор, богатый домовладелец) формировал список по статусу и родственным связям и присылал приглашения. Важно уточнить, что этикет диктовал взаимность приглашений. После начиналось создание антуража: выбиралось место, украшалось портретами, свечами, цветами; в определённую часть зала устанавливали сцену, на которой во время самого бала будут играть музыканты – оркестр. Саму музыку тоже было необходимо выбрать правильную, подходящую для вечера, репертуар часто шёл по заранее составленному порядку. Оркестры

играли менуэты, вальсы, польки, мазурки, контрдансы и т. д. В обязательном порядке и организаторы и гости обращали внимание на дресс-код – фраки, мундиры, бальные платья, маски, прически, украшения, обязательным аксессуаром для всех полов и возрастов были перчатки, а дамы – веер. Следили за сочетаемостью мужского и женского костюма в паре. Программа вечера состояла из вступительных танцев, бальных па, паузы для общения, карточных игр, театральных номеров.

Балы способствовали формированию социальных и культурных норм: они распространяли правила поведения, музыкальные предпочтения, танцевальную технику и светские манеры; выступали как институт брачных контактов и механизма репродукции элиты, поскольку демонстрировали социальный статус семьи; оказывали влияние на моду и художественные практики. Балы выполняли значимые коммуникативные и политические функции и одновременно репрезентовали степень социального расслоения и ценностные установки времени. Придворные балы служили площадкой для неформальных переговоров и выстраивания альянсов. Отдельные мероприятия имели благотворительный, научный или культурный характер и стимулировали спрос на соответствующие услуги.

В настоящее время в Санкт-Петербурге и Ленинградской области возродили это мероприятие с уже современными целями. Во-первых, это образовательно-просветительская функция, сохранение культурного наследия, возможность окунуться в ту эпоху и понять на себе, каково было раньше. Балы выступают как наглядный формат приобщения зрителей к культуре конца XVIII–XIX веков, воспроизводя манеры, музыкальные и танцевальные традиции и тем самым расширяя знания, получаемые через музеи и лекции. Во-вторых, поднимают имидж города. В-третьих, развивают туризм. Балы повышают туристическую привлекательность Петербурга как культурной столицы нашего государства, привлекая гостей не только из разных городов России, но и других стран, формируя незабываемые впечатления. В-четвертых, организация балов стимулирует интерес к созданию исторических нарядов, исполнению музыки на старинных инструментах, освоению исторических танцев и вокального мастерства, тем самым поддерживая традиции ремесел и музыкального искусства. В-пятых, высшие учебные заведения применяют балы, как учебную площадку, где студенты на практике отрабатывают знания по истории искусств, хореографии, сценической речи и костюму. В-шестых, некоторые балы организуют в формате благотворительных акций или в рамках программ фондов и музеев – они служат для сбора средств и привлечения общественного внимания к культурным инициативам. И, наконец, это коммерческая составляющая: организаторы, площадки (дворцы, музеи), дизайнеры костюмов и артисты получают экономическую выгоду от продажи билетов, арендов залов, также хорошо зарабатывают на балах швеи, музыканты, учителя танцев и этикета.

Некоторые адреса, где в Санкт-Петербурге проводят исторические балы:

- Николаевский дворец. Адрес: пл. Труда, 4.
- Шереметевский дворец. Адрес: наб. Фонтанки, 34.
- Особняк Брюллова. Адрес: наб. Лейтенанта Шмидта, 37.
- Елагиноостровский дворец-музей. Адрес: Елагин остров, 4.

Балы проводятся каждый год в разных местах, в этой статье мы разберем несколько примеров, концепции и ценовую политику.

1. Королевский бал в Екатерининском собрании.

Королевский бал в Екатерининском собрании предстает, как живая сцена из старинного романа. Здесь переплетаются вековые традиции и современность, унося гостей в эпоху блеска и придворных церемоний. Стены собрания создают атмосферу аристократической изысканности, где каждый может ощутить себя участником легендарных дворцовых событий. Опытные танцоры раскрывают тонкости вальса, мазурки, кадрили и полонеза – и даже новички легко вливаются в чарующую гармонию движений.

Проходил 27, 28 и 29 декабря 2024 года, 3 и 7 января 2025 года.

Стоимость: от 1500 рублей за одного человека. Продолжительность: 1 час 30 минут без антракта. Адрес: наб. канала Грибоедова, 88–90.

2. Новогодний бал-маскарад в Гранд Отеле Эмеральд

Если вы хотите провести новогоднюю ночь в атмосфере чарующей загадки и праздничного блеска, костюмированный бал в «Гранд Отеле Эмеральд» – идеальный выбор. Это событие превращает зал в зимнюю сказку, где стили и образы перекликаются с атмосферой парижского карнавала: мерцание декора, таинственные маски и живая музыка приглашают в праздничный вихрь. Кульминация мероприятия – когда свет гаснет, на сцену выходит артист с гипнотическим номером левитации, зал замирает от восхищения. В завершение вечера гостей ждут викторины и розыгрыши призов.

Дата: 31 декабря в 22:00. Стоимость: Взрослые билеты – от 20 000 руб.

Детские билеты – от 3 500 руб. Адрес: пр. Суворовский, 18

Библиографический список:

1. Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992.

2. Прагматика бала в России в диахронном аспекте: от истории к современности» Н. С. Усанова, М. Л. Архипова. 2022

Современный подход к сохранению природного наследия

А. А. Гуляева, А. В. Савутькова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

A modern approach to the preservation of natural heritage

A. Gulaeva, A. Savutkova
Russia, The St. Petersburg, The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматриваются одни из самых глобальных проблем, мешающим сохранению природного наследия и новейшие технологии, позволяющие решить или уменьшить влияние вредоносных факторов на особо охраняемые природные объекты.*
Ключевые слова: *технологии; природное наследие; особо охраняемые природные объекты; антропогенные факторы; восстановление и сохранение экосистем.*
Abstract: *This article is related to the ones of the most global problems that interfere with preservation of natural heritage and to the most modern technologies that allowing to solve or reduce the influence of harmful factors on specially protected natural objects.*
Keywords: *technologies; natural heritage; specially protected natural objects; anthropogenic factors; restoration and conservation of ecosystems.*

С последовательным развитием цивилизации и технологий человечество находит всё новые возможности гармоничного сосуществования с природой и методы её сохранения, внедряя последние разработки в множество направлений, способствующих диагностике и защите окружающей среды.

Одной из главных проблем в сохранении природного наследия, с которой помогают справиться современные технологии, является антропогенный фактор. В большей степени это незаконная деятельность, направленная на несанкционированную вырубку лесов, браконьерство или добычу полезных ископаемых, а также загрязнение окружающей среды и трудности, связанные с выявлением этих изменений.

Следующей важной проблемой более частного характера является недостаточное финансирование особо охраняемых природных объектов. Многие территории нуждаются в дополнительных средствах для проведения мероприятий по охране, регулярному мониторингу и учёту объектов животного и растительного мира. Нехватка средств на проведение всех вышеперечисленных операций приводит к ухудшению состояния экосистем, снижению качества услуг, предоставляемых особо охраняемыми природными объектами, и уменьшению их роли в сохранении биоразнообразия.

Не менее сложными препятствиями на пути сохранения природного наследия непосредственно являются трудности, связанные с экологическим мониторингом и анализом полученных данных. На многих территориях такие мероприятия не проводятся вовсе или проводятся недостаточно качественно,

что приводит к потере информации о динамике изменений в экосистемах и невозможности принятия своевременных мер по их охране.

Подобно другим областям человеческой деятельности, сфера охраны природы активно обогащается инновационными технологиями. Создаются многочисленные технические решения, призванные устранить указанные проблемы или существенно снизить их негативное влияние. Благодаря этим разработкам происходит фундаментальное переосмысление методов сохранения природного наследия, которые становятся значительно результативнее, достовернее и применимы в более широких масштабах.

Некоторые из указанных решений приведены далее.

1. Мониторинг и сбор данных

Эти технологии позволяют получать огромные объемы точной информации о состоянии экосистем, физически не тревожа их. Выделяют следующие методы и мониторинга:

1.1 Дистанционное зондирование и спутниковый мониторинг

- Высокоточные спутники: Современные спутники делают снимки с разрешением до 30 см, позволяя отслеживать вырубки лесов, изменения береговых линий, незаконные постройки и даже здоровье растительности (с помощью мульти- и гиперспектральной съемки).
- Радарная съемка (SAR): Спутники с синтезированной апертурой (например, спутники модели Sentinel) «видят» сквозь облака и дымку, что критически важно для мониторинга тропических лесов и полярных регионов. Они могут фиксировать малейшие изменения в рельефе, например, от незаконной добычи полезных ископаемых.

1.2 Беспилотные летательные аппараты (дроны)

- Аэрофотосъемка и картографирование: Дроны создают детальные 3D-карты территорий, помогают отслеживать эрозию почвы, считают популяции животных.
- Тепловизоры помогают находить браконьеров ночью, считать теплокровных животных в густой растительности.
- Дроны-семяпосевщики автоматически высаживают семена деревьев в труднодоступных районах, что в разы эффективнее ручного труда.

1.3 Системы акустического мониторинга (Ecoacoustics)

В лесах размещаются автономные аудиодатчики, которые месяцами записывают все звуки. Искусственный интеллект затем анализирует эти записи, определяя:

- Биоразнообразие: по голосам птиц, амфибий и насекомых.
- Присутствие людей: по звуку пил, выстрелов, машин (борьба с браконьерством).
- Здоровье экосистемы: изменения в «звуковом ландшафте» могут сигнализировать о проблемах.

1.4 ДНК-метабаркодирование (eDNA)

Анализ экологической ДНК (environmental DNA) – это революционный подход к сбору информации о разнообразии обитателей природной

территории без непосредственного мониторинга за средой. Достаточно взять пробу воды, почвы или воздуха, чтобы определить, какие виды присутствуют в данной местности, не видя их самих. Это позволяет быстро и дешево оценивать биоразнообразие.

2. Анализ данных и прогнозирование

Собранные данные бесполезны без анализа, а за счёт внушительного объёма информации на его обработку у человека могут уйти достаточно много времени, весьма ценное в критических ситуация как лесной пожар или утечка отравляющих веществ. В современных реалиях подобную задачу можно предоставить для решения Искусственному Интеллекту.

2.1 Искусственный интеллект и машинное обучение

Анализ изображений: ИИ обучается находить на спутниковых снимках и фотографиях с дронов признаки браконьерства, болезни деревьев, незаконных вырубок или строений.

- Прогнозное моделирование – алгоритмы анализируют большие данные (погода, состояние почвы, миграции животных) для прогнозирования пожаров, наводнений, распространения инвазивных видов. Это позволяет действовать на опережение.
- Обработка звуковых данных – как упомянуто выше, ИИ расшифровывает тысячи часов записей с аудиодатчиков.

2.2 Цифровые двойники (Digital Twins)

- Создание виртуальных, точных цифровых копий целых экосистем (например, заповедника или озера). На этой модели можно запускать симуляции: «Что будет, если уровень воды поднимется на 1 метр?» или «Как повлияет вырубка этого участка леса?». Это мощный инструмент для принятия управленческих решений.

3. Борьба с браконьерством и охрана территорий

3.1 **Системы SMART (Spatial Monitoring and Reporting Tool)**

- Это не одна технология, а комплексный подход. Инспекторы используют приложения на смартфонах или планшетах для записи данных о патрулировании (маршруты, находки, нарушения). Все данные сводятся в единую систему, что позволяет анализировать эффективность охраны и оптимально распределять ресурсы.

3.2 Умные датчики и IoT (Интернет вещей)

- Сейсмические датчики улавливают вибрации от шагов людей или транспорта в запретных зонах.
- Камеры с сенсорами движения и ИИ автоматически распознают человека или транспорт и отправляют сигнал тревоги рейнджерам в реальном времени, часто с привязкой к координатам.

3.3 Блокчейн

Используется для обеспечения прозрачности в цепочках поставок и отслеживания движения товаров или ресурсов на всех этапах поставки**.** Например, можно гарантировать, что древесина или морепродукты получены

законным и устойчивым способом, а не в результате браконьерства или уничтожения лесов.

4. Восстановление и сохранение экосистем

4.1 Криоконсервация и генетические банки

Сохранение семян, спермы, яйцеклеток и ДНК исчезающих видов в жидком азоте. Это «Ноев ковчег» XXI века, который позволяет сохранить генетический материал для будущего восстановления видов.

4.2 Биопечать и восстановление коралловых рифов

Использование 3D-принтеров для создания искусственных структур, имитирующих натуральные рифы. На эти структуры затем подсаживают живые кораллы, что ускоряет восстановление поврежденных рифов.

4.3 Генная инженерия

Дискуссионная, но перспективная технология. Например, ведутся работы по восстановлению популяции американского каштана, уничтоженного грибком, с помощью внедрения гена устойчивости. Или использование технологии «генный драйв» для борьбы с инвазивными видами на островах.

5. Просвещение и виртуальный туризм 5.1 Виртуальная (VR) и дополненная реальность (AR)

● Позволяют людям со всего мира «посетить» хрупкие заповедники, не нанося им ущерба. Это мощный инструмент экологического образования и привлечения внимания к проблемам сохранения природы.

● Мобильные приложения с AR могут наводить на объект в природе (растение, животное) и показывать о нем информацию.

Подводя итоги, можно сказать, что современный подход к сохранению природного наследия – это синергия технологий. Данные со спутников, дронов и датчиков анализируются искусственным интеллектом, результаты в режиме реального времени поступают инспекторам на устройства, что позволяет принимать быстрые и обоснованные решения для защиты и восстановления уникальных экосистем нашей планеты.

Современные технологии трансформируют подходы к сохранению природы, делая их более эффективными, точными и масштабируемыми. Они помогают как в выявлении проблем, так и в разработке решений для устойчивого сосуществования человека и природы.

Библиографический список:

1. Проблемы комплексного сохранение культурного и природного наследия // Алые Паруса // URL: https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2023/03/10/ocherk-problemy-kompleksnogo-sohranenie-kulturnogo-i-prirodnogo (дата обращения: 10.09.2025).
2. Максаковская Н. С., Максаковский Н. В. Проблемы сохранения памятников Всемирного природного наследия в России // Науки о Земле. – 2018. – №10. – С. 32-53.
3. Жукова П. С., Нешкуренко Е. А. Особо охраняемые природные территории: правовая характеристика и проблемы охраны // Вестник науки – № 1 (82) – том 2. – С. 282-287. 2025 г. ISSN 2712-8849 // Электронный ресурс: https://www.вестник-науки.рф/article/20631 (дата обращения: 11.09.2025 г.).

4. C. Silva, R. Pereira, et al. High-Resolution Satellite Imagery and Machine Learning for the Detection of Illegal Logging in the Amazon Rainforest // Remote Sensing of Environment. – 2023
5. L. Feng, M. Schmitt, et al. Tracking Forest Degradation in Southeast Asia Using Sentinel-1 and Sentinel-2 Time Series // ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing. – 2024.
6. Eric J. Howe, Derek Potter, Kaela Jacobs, Katelyn E. Jackson Estimating animal abundance at multiple scales by combining spatial capture–recapture and adaptive sampling via unmanned aerial vehicles // Methods in Ecology and Evolution. – 2023.
7. A. Farina S. H. Gage Ecoacoustics: a new science for the study of nature and its conservation // Bioscience. – 2023.

Праздник «День Ивана Купала» как сохранение природного наследия России

Т. П. Демакова, У. С. Орловская, А. В. Савутькова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

The Ivan Kupala Day holiday as the preservation of Russia's Natural Heritage

T. Demakova, U. Orlovskaya, A. V. Savutkova
Russia, The Saint-Petersburg, The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *Данная статья посвящена анализу роли национальных праздников в сохранении природного и культурного наследия России на примере праздника Ивана Купала. Рассматриваются ключевые традиции и обряды, связанные с почитанием природных объектов и стихии, прослеживается их значение для формирования экологического сознания, передачи ценностей бережного отношения к природе из поколения в поколение.*
Ключевые слова: *международный праздник; культурный обмен; сила природы; церковные традиции; возрождение; обряд.*
Abstract. *This article is devoted to the analysis of the role of national holidays in preserving the natural and cultural heritage of Russia using the example of the Ivan Kupala holiday. Key traditions and rituals associated with the veneration of natural objects and the elements are considered, their importance for the formation of environmental awareness, the transfer of values of careful attitude to nature from generation to generation is traced.*
Keywords: *international holiday; cultural exchange; the power of nature; church traditions; renaissance; ritual.*

История праздника

До принятия христианства на Руси уже существовали народные празднования, приуроченные к дню летнего солнцестояния. «Подобные торжества были распространены среди многих европейских народов, а также в древней Индии и Персии, где отмечали день бога огня схожими ритуалами. В XVII веке польские историки установили, что летнее празднество на Руси было посвящено славянскому богу Купале. Этнограф Аполлон Коринфский разделял эту точку зрения, утверждая в своей работе «Народная Русь», что «Купало» и «Купальница» – это древние имена Перуна и богини Зари. Согласно его интерпретации, в день праздника Солнце (Перун) отклоняется от своего пути, и дева Заря помогает ему, направляя по небу и омывая росой каждое утро» [1].

Существует и другая точка зрения, согласно которой божества по имени Купало никогда не существовало. Вместо этого, в день летнего солнцестояния восточные славяне праздновали союз бога-солнца с утренней зарей. Как упоминается в книге Сергея Максимова «Нечистая, неведомая и крестная сила» (1903), одним из элементов этого мифического бракосочетания было «купанье солнца в водах». Именно это событие, как полагают, и дало название празднику – «купальские» торжества.

«С приходом христианства на Руси, в преддверии и в сам день Купалы были установлены два православных праздника. Первым был день памяти святой мученицы Агриппины, которую в народе называли Аграфеной Купальницей. Этот праздник отмечался накануне Купалы – 23 июня по старому стилю (6 июля по новому стилю). Вторым праздником стало Рождество Иоанна Предтечи, известного также как Креститель. Его отмечали 24 июня (по старому стилю), а в современном православии – 7 июля. Именно по этому христианскому торжеству праздник получил свое нынешнее название – Иванов день или Иван Купала» [1].

Ивана Купала один из самых древних праздников нашей страны, а также он является одним из самых ярких фестивалей лета. Праздник сочетает церковные традиции с природой, тем самым связывая человека с духовным миром и миром природы. Ежегодно во многих городах проходит данный фестиваль, как дань природе и церкви. Этот праздник символизирует веру в силу природы, а также как культурный обмен, так как данный праздник несёт в себе богатую историю России. Человек в этот день проходит обряд очищения, как начало новой жизни, а также возрождения через воды чистого источника.

Праздник Ивана Купалы занимает особое место в сохранении культурного наследия славянских народов. Его роль можно рассмотреть по нескольким направлениям:

1. Передача традиций из поколения в поколение

Ивана Купала – один из самых старых обрядовых праздников, уходящий корнями в языческую эпоху. В процессе подготовки и проведения праздника (плетение венков, прыжки через костёр, поиск папоротника, народные песни и игры) дети и молодёжь перенимают от старших особенности национального календаря, символику и смысл ритуалов.

2. Сохранение языка и устного фольклора

Во время праздника звучат народные песни, прибаутки, загадки, старинные поверья. Всё это способствует сохранению редких диалектов, форм устной речи и местных словесных традиций.

3. Укрепление коллективной идентичности

Совместное празднование формирует чувство общности, сплачивает местное сообщество, создаёт эмоциональную связь с прошлым и предками. Это особенно важно в условиях городской среды, где традиционные связи между людьми ослаблены.

4. Популяризация нематериального культурного наследия

Массовое празднование Ивана Купалы становится «живым музеем» традиций: элементы обряда, костюмы, символика, музыка демонстрируются широкой публике, поддерживают интерес к народной культуре как среди самих участников, так и у зрителей.

5. Интеграция культурной памяти в современность

Современные формы купальского праздника (городские фестивали, творческие мастер-классы, интерактивные шоу) делают традицию актуальной,

позволяют ей «встроиться» в сегодняшнюю жизнь и быть востребованной у разных поколений.

Природная связь

Праздник Ивана Купала (Иванов день) – яркий пример гармоничного взаимодействия человека и природы в традиционной культуре. Праздник Ивана Купала (Иванов день) связан с природными стихиями – водой, огнём и травами, а также с гаданиями, чудесами, которые, по поверьям, происходят в ночь на этот день. Считается, что в купальскую ночь природа наполняется мистической энергией, а стихии обретают особую силу.

Вода

• Купание в реках и озёрах – неотъемлемая часть праздника. Вода, по поверьям, приобретает целебные свойства, смывает болезни, усталость и даже душевные тревоги. Главное – успеть окунуться до захода солнца: в это время обитающие в воде русалки и другая нечисть не угрожали людям.

• Омовение утренней росой – считалось, что она дарит молодость и красоту.

Огонь

• Прыжки через костёр – главный ритуал праздника. Считалось, что пламя в ночь на Ивана Купала обладает особой очищающей и защитной силой. Костры разжигали исключительно трением и должны были гореть до самого рассвета.

• Влюблённые пары прыгали через пламя, не размыкая рук – такой прыжок символизировал крепость будущих отношений [3].

Травы

• Сбор «ивановских трав» – трав, цветов, ветвей деревьев, кореньев, которые, по народным поверьям, отличаются особой волшебной силой и целебными свойствами. Травы собирали в ночь на Ивана Купалу или на рассвете по росе, чаще засушивали. Использование трав для оберегов – например, горькие травы, такие как полынь, призваны были отпугивать русалок.

Гадания

• Плетение венков – девушки плели венки из трав и цветов, которые в сам праздник использовали для гаданий [2]. Например:

• Гадание на исполнение желаний по купальскому венку – вечером, перед заходом солнца, необходимо загадать желание, отпустить венок на воду и наблюдать за ним. Если венок поплыл далеко – желание обязательно сбудется, если сразу прибило к берегу – желание, скорее всего, не сбудется.

• Гадание на ромашке – необходимо налить в ёмкость воды и положить туда два цветка ромашки без стебля, обозначить именами: своим и жениха. Если цветки будут плыть рядом, пара будет вместе, а если разойдутся в разные стороны – пару ждёт расставание.

Национальные праздники, такие как Иван Купала, выполняют значимую функцию в сохранении и трансляции культурного наследия России. Через проведение традиционных обрядов, использование фольклорных мотивов и

приобщение различных поколений к ритуалам, обеспечивается преемственность культурных ценностей и обычаев. Праздничные практики способствуют укреплению национальной идентичности, формируют коллективную память и поддерживают связь с историческим прошлым.

Библиографический список:

1. Иван Купала. История и традиции древнего праздника. Когда Иванов день отмечали в старину и почему искали цветок папоротника // URL: https://www.rbc.ru/life/news/649c302d9a79477a9281d238.
2. Мусина К. Праздники древних славян. Иван Купала / К. Мусина // Инновационные идеи молодых исследователей для агропромышленного комплекса : Сборник материалов Международной научно-практической конференции молодых ученых, Пенза, 27–28 марта 2025 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2025. – С. 333-335. – EDN TEWLOK.
3. Что это за праздник Иван Купала // URL: https://www.vesti.ru/vj/den-ivana-kupala.

Продвижение памятников культурного и природного наследия Камчатки: реклама, PR и медиа

М. И. Филатов, С. И. Иванова, А. В. Савутькова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Promotion of cultural and natural heritage sites of Kamchatka: advertising, pr and media

M. I. Filatov, S. I. Ivanova, A. V. Savutkova
Russia, St. Petersburg, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматриваются современные подходы по продвижению культурного и природного наследия Камчатки с использованием инструментов рекламы, PR, медиа, а также анализируется роль медиакоммуникаций в формировании позитивного имиджа региона и выделяются основные эффективные практики — фестивали, цифровые проекты, виртуальные туры, использование социальных сетей. Отдельное внимание уделено проблемам низкой доступности территории, недостатку целевых кампаний, необходимости комплексной стратегии продвижения. Делается вывод о необходимости интеграции традиционных и цифровых каналов рекламы с целью привлечения внимания как отечественных, так и зарубежных туристов.*
Ключевые слова: *Камчатка; культурное наследие; природное наследие; реклама; PR; медиа; продвижение; туризм; цифровые технологии; ЮНЕСКО; имидж региона; коммуникации.*
Abstract. *The article discusses modern approaches to promoting the cultural and natural heritage of Kamchatka using advertising, PR, and media tools. The role of media communications in shaping a positive image of the region is analyzed, and successful practices are highlighted — festivals, digital projects, virtual tours, and the use of social networks. Particular attention is paid to the problems of low accessibility of the territory, lack of targeted campaigns, and the need for a comprehensive promotion strategy. A conclusion is made about the need to integrate traditional and digital advertising channels in order to attract the attention of both domestic and foreign tourists.*
Keywords: *Kamchatka; cultural heritage; natural heritage; advertising; PR; media; promotion; tourism; digital technologies; UNESCO; regional image; communications.*

Полуостров Камчатка – особый регион, сочетающий в себе уникальные природные комплексы и богатое культурное наследие. На территории полуострова расположены «Вулканы Камчатки» – объект Всемирного наследия ЮНЕСКО, состоящий из 6 отдельных участков, представляющих ценность благодаря активным вулканам, гейзерам, ледникам, разнообразным экосистемам, редким видам животных. Кроме природных объектов местным достоянием является элемент культурного наследия – традиции малочисленных коренных народов Севера (ительменов, коряков, алеутов).

В условиях цифровизации продвижение подобных объектов требует интеграции классических инструментов рекламы и современных медиатехнологий, поскольку от того, насколько эффективно выстроена PR-стратегия, зависит формирование туристического имиджа региона, уровень посещаемости и степень сохранности объектов наследия.

Рекламные кампании акцентируют внимание на уникальных природных феноменах: извержениях вулканов, наблюдении за медведями, рыбалке на лосося. Реклама культурного и природного наследия Камчатки развивается в следующих направлениях:

1) Наружная реклама и печатные материалы: баннеры в аэропортах, туристические буклеты, журналы об экстремальном туризме;

2) Телевизионная реклама и видеоролики – популяризация Камчатки через федеральные телеканалы и туристические фильмы. В последние годы используются также видеоролики в формате 360°, позволяющие зрителю «погрузиться» в пространство Камчатки;

3) Брендинг территории – использование слоганов и визуальных символов (напр., «Камчатка – край огня и льда») [9].

PR-направление связано с формированием устойчивого позитивного образа региона и сконцентрировано на нескольких основных векторах:

- Фестивали и культурные события. Наиболее известный – фестиваль «Берингия», включающий спортивные гонки на собачьих упряжках и другие этнокультурные мероприятия. Он регулярно освещается в СМИ, становясь инструментом привлечения внимания к наследию коренных народов;
- Участие в международных выставках и форумах. Камчатка представляется как территория уникального экотуризма на мероприятиях уровня MITT в Москве или ITB в Берлине;
- Работа с лидерами мнений. Блогеры, фотографы посещают Камчатку по приглашению туроператоров, делятся впечатлениями в социальных сетях.

Гостиничные предприятия могут стать эффективным инструментом в продвижении культурного наследия региона через организацию различных мероприятий. Одним из наиболее ярких способов является организация выставок национальных сувениров. Кроме того, в ресторанах при гостиницах при приготовлении блюд могут использоваться «продукты местного производства, которые позволят гостям поддержать местных поставщиков и попробовать что-то уникальное для данного региона» [6, С. 510].

Формы реализации могут быть различными:

- Постоянные выставочные залы в общественных пространствах
- Временные экспозиции в холлах и коридорах
- Мастер-классы от местных ремесленников
- Продажа сувениров через гостиничные магазины
- Организация тематических мероприятий

Такой комплексный подход не только способствует сохранению и продвижению культурного наследия, но и создает дополнительную ценность для гостей, делая их пребывание в гостинице более насыщенным и запоминающимся.

Вышеупомянутые меры позволяют интегрировать наследие Камчатки в глобальное информационное пространство и сформировать устойчивый туристический поток.

Значительную роль в продвижении культурного и природного наследия Камчатки играют местные сообщества – коренные малочисленные народы полуострова вовлекаются в туристические проекты, тем самым сохраняя и транслируя собственные традиции. В качестве примера можно привести этнодеревни: туристам показывают национальные танцы, угощают блюдами традиционной кухни, проводят ремесленные мастер-классы. Инициативы создают уникальный туристический продукт и формируют интерес к культуре региона. Следует в программу продвижения наследия включать элементы социокультурного участия, так как носители традиций являются «живыми медиаторами» между прошлым и современностью.

Особое значение для развития региона имеет формирование международного имиджа Камчатки как территории уникального экотуризма. В последние годы зарубежные туристы проявляют повышенный интерес к путешествиям в отдалённые регионы России, и Камчатка становится своего рода «визитной карточкой» страны [7]. Международные документальные проекты: фильмы National Geographic и BBC, повышают узнаваемость региона. Продвижение на мировых рынках требует использования англоязычных интернет-платформ, участия в международных выставках и создания брендированных информационных продуктов, а грамотная PR-стратегия способна вывести Камчатку на уровень глобального туристического бренда.

Современные медиа – главный инструмент продвижения объектов наследия. В том числе:

- Социальные сети (Instagram, VK, TikTok, YouTube). Создаются аккаунты с фото и видео уникальных ландшафтов, проводится продвижение через таргетированную рекламу.
- Виртуальные туры. Национальный парк «Вулканы Камчатки» запустил онлайн-платформы, позволяющие путешествовать в формате 3D.
- Документальные фильмы, репортажи. Федеральные каналы («Россия 1», «Наука 2.0») снимают циклы о Камчатке, что способствует росту интереса.
- Использование технологий искусственного интеллекта. На туристических порталах внедряются чат-боты, консультирующие о маршрутах и правилах безопасности.

Таким образом, цифровые медиа привлекают молодую аудиторию и создают дополнительные каналы продвижения.

Рассмотрим актуальные проблемы и перспективы продвижения региона. Несмотря на очевидный потенциал, продвижение наследия Камчатки сталкивается со следующими проблемами:

1) Транспортная доступность: перелёт в регион остаётся дорогим и труднодоступным;

2) Фрагментарность рекламных кампаний и отсутствие единой стратегии брендинга региона;

3) Недостаточная интеграция культурных и природных объектов в общую концепцию продвижения.

Рассмотрим перспективные направления:

- Создание комплексной стратегии продвижения Камчатки как «туристического кластера мирового уровня»;
- Использование международных цифровых платформ (Google Arts & Culture, National Geographic);
- Развитие образовательных медиапроектов для школьников и студентов с акцентом на охрану наследия.
- Усиление государственно-частного партнёрства в рекламных и PR-кампаниях.

Одним из перспективных направлений продвижения является развитие образовательных проектов. Камчатка представляет интерес для различных исследователей: геологов, вулканологов, биологов, этнографов. На базе научных центров создаются просветительские проекты для школьников и студентов: онлайн-курсы, интерактивные лекции, познавательные экспедиции. Например, проект «Камчатка – лаборатория под открытым небом» [7], где школьники изучают вулканические процессы. Популяризация науки через медиа позволяет формировать у молодёжи интерес к исследованию и сохранению наследия, а также укрепляет академический и образовательный туризм.

Развитие туризма способствует созданию рабочих мест, увеличению налоговых поступлений, росту малого бизнеса в сфере гостеприимства и ремесленного производства. Успешные рекламные кампании способны увеличить число туристов в несколько раз, что подтверждается статистикой Росстата [8]. Вместе с тем возникает необходимость контроля за нагрузкой на природные территории: чрезмерный поток туристов может привести к деградации экосистем, поэтому экономические эффекты должны рассматриваться в комплексе с принципами устойчивого развития, а продвижение наследия сочетаться с его сохранением.

Современные цифровые технологии открывают новые перспективы продвижения наследия Камчатки. Создание мобильных приложений с маршрутами, дополненной реальностью, аудиогидами позволяет туристам самостоятельно знакомиться с регионами, виртуальные карты с геометками исторических, природных объектов становятся часть «умного туризма». Потенциал несут и проекты в формате метавселенной, пользователи могут «посетить» Камчатку в цифровой среде, инструменты не заменяют реальных поездок, но формируют первичный интерес и стимулируют будущие визиты. Развитие цифровых платформ необходимо для привлечения молодёжи и иностранных туристов, активно пользующихся интернет-сервисами.

Продвижение памятников культурного и природного наследия Камчатки требует интеграции рекламы, PR и цифровых медиа. Использование комплексного подхода позволит не только повысить туристическую привлекательность региона, но и обеспечить сохранение уникальных природных комплексов и культурных традиций. Камчатка обладает всеми

ресурсами для того, чтобы стать одним из ведущих направлений устойчивого туризма в России и в мире.

Библиографический список:

1. Акселевич В. И. Современные подходы к рекламе памятников // Наследие в руках молодежи: новые тренды. СПбУТУиЭ. – СПб., 2024. – С. 199-202.
2. Варфоломеева Д. С., Лебедева А. Л., Шарипова А. Р., Юмашева И. А. Сохранение Всемирного наследия ЮНЕСКО средствами рекламы // Наследие в руках молодежи: новые тренды. СПбУТУиЭ. – СПб., 2024. – С. 193-195.
3. Волкова М. А. Фестиваль как инструмент продвижения памятников культурного и природного наследия // Наследие в руках молодежи: новые тренды. СПбУТУиЭ. – СПб., 2024. – С. 206-208.
4. Гавриленко И. Г. Технология продюсирования театрализованного представления с целью интегрирования его на рынок туристских услуг Приднестровья // Наследие в руках молодежи: новые тренды. СПбУТУиЭ. – СПб., 2024. – С. 213-216.
5. Пашкевич О. В., Чечурова А. А., Новожилова В. Д., Юмашева И. А. Влияние социальных медиа на сохранение и продвижение наследия ЮНЕСКО на примере вулканов Камчатки // Наследие в руках молодежи: новые тренды. СПбУТУиЭ. – СПб., 2024. – С. 196-198.
6. Савуткова А. В. Устойчивое развитие сферы гостеприимства / А. В. Савуткова // Наука и студенчество: путь к экономической модернизации и инновационному развитию : Сборник по материалам Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Елец, 31 марта 2023 года. – Елец: Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2023. – С. 509-512.
7. Официальный сайт национального парка «Вулканы Камчатки». // URL: https://volcanoes-parks.ru (дата обращения: 01.09.2025).
8. Росстат. Туризм в России: статистический сборник. – М.: Росстат, 2023. – 120 с.
9. ЮНЕСКО. Всемирное наследие: Вулканы Камчатки. // URL: https://whc.unesco.org/en/list/765 (дата обращения: 01.09.2025).

Представление поэзии через сценическое воплощение как способ сохранения культурного наследия поэтов и литераторов блокадного Ленинграда

А. Д. Киракосян, А. В. Савутькова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

A Presentation of poetry through stage embodiment as a way of preserving the cultural heritage of poets and writers of blockaded Leningrad

A. D. Kirakosian, A. V. Savutkova
St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *в статье рассматривается оригинальная практика представления поэзии через сценическое воплощение как способ сохранения культурного наследия поэтов и литераторов блокадного Ленинграда для увековечивания их памяти в истории и передачи их будущим поколениям. Описывается способ создания спектакля, причины его задумки и итоги реализации, включая обратную связь зрителей.*
Ключевые слова: *спектакль; родина; культурное наследие; новое поколение; школьные и студенческие годы; память писателей; Блокада Ленинграда; Юрий Воронов.*
Abstract: *the article examines the original practice of presenting poetry through stage embodiment as a way to preserve the cultural heritage of poets and writers of the siege of Leningrad in order to perpetuate their memory in history and pass them on to future generations. The method of creating the performance, the reasons for its idea and the results of its implementation, including feedback from the audience, are described.*
Keywords: *performance; homeland; cultural heritage; new generation; school and student years; memory of writers; Siege of Leningrad; Yuri Voronov.*

Поэзия – есть сестра горя; каждый страждущий и плачущий – поэт,
каждая слеза – стих, каждое сердце – поэма.
Автор неизвестен.

Культурное наследие блокадного Ленинграда представляет собой уникальный пласт отечественной литературы, отражающий не только трагические события военного времени, но и силу человеческого духа, способность к творчеству даже в самых тяжелых условиях.

Поэзия – это искусство изображать в слове прекрасное, непосредственное развитие истины, в котором мысль высказывается через образ, в котором главный деятель есть фантазия. Поэзия служит выражением идеальных стремлений человека. Она, с одной стороны, порой не совпадает с действительным миром, но с другой – не представляет ничего ложного или обманчивого.

Поэзия эмоционально обогащает человека, воспитывая духовный мир, влияет на выбор нравственных ориентиров. Стихи и песни – это уникальная возможность развить фантазию и абстрактное мышление, узнать о том, чего ещё никогда не видели, а порой и о том, что увидеть невозможно – разве что представить себе.

Поэзия была зарождена для того, чтобы делиться эмоциями и чувствами. Именно она может стать одним из кирпичиков, что формирует человека и его душу. Воздействуя через эмоции, ощущения, воображение, она

передает знания и человеческие ценности, понятия о добре и зле, историю, связь человека с природой, воспоминания о значимых событиях [1].

Во время войны поэзия становилась голосом Родины Матери, которая взывала к сынам с плакатов. Наиболее музыкальные стихи превращались в песни и с бригадами артистов летели на фронт, где были незаменимы, как лекарство и оружие [2].

Поэзия обращалась к душе каждого человека, передавала его мысли, чувства, переживания, страдания, вселяла веру и надежду. Поэзия не боялась правды, даже горькой и жесткой. Поэзия связывала воюющих и оставшихся в тылу.

Стихотворные произведения звучали в то время, как поэтический призыв, они отражали переживания потерь и разлук, давали веру в победу. Поэты писали о самой войне, о её тяготах, сражениях, трагедии отступления, о победных походах, о женщинах и детях на фронте, о партизанах и, конечно, о доме и любви.

Сценическое воплощение поэзии представляет собой мощный инструмент художественного воздействия, способный не только донести поэтическое слово до зрителя, но и создать глубокое эмоциональное и духовное взаимодействие между автором, исполнителем и аудиторией.

Сценическое воплощение поэзии блокадного Ленинграда выполняет важные функции:

- Сохраняет память о трагических событиях
- Передает духовное наследие новым поколениям
- Формирует патриотическое сознание
- Способствует осмыслению исторических событий
- Создает эмоциональную связь между эпохами

Сценическое воплощение поэзии блокадного Ленинграда становится не просто формой искусства, но важным инструментом сохранения исторической памяти и передачи духовного наследия будущим поколениям. Это позволяет не только сохранить тексты произведений, но и донести до зрителей глубину переживаний и силу духа людей, переживших блокаду.

Интересным является опыт школы № 683, где в рамках школьного обязательного проекта была осуществлена постановка поэтического спектакля «Говорит Ленинград: поэзия военных лет».

В ходе подготовки к сценическому воплощению спектакля была выявлена следующая проблема: для современного поколения Великая Отечественная война и жизнь в блокадном Ленинграде – это далекая и неизведанная история, поскольку с каждым годом остаётся все меньше очевидцев тех событий, что могли бы поведать о её истории. Голос прошлого не откликался в сердцах современного поколения, а черно-белые фильмы лишь изредка могли бы вызвать у них интерес.

Первой стадией подготовки стало интервьюирование учащихся от начальной и до старшей школы, чтобы узнать об их информированности об истории Блокадного Ленинграда и поэтах, населявших его. Результаты были

получены, и их итог оказался предсказуем: лишь малая часть анкетирующийся старшей школы знала о наиболее популярных поэтах, таких как Ольга Берггольц или Вера Инбер. Что говорить о младшей школе, где дети не были осведомлены вовсе. Основываясь на полученные данные, был выбран поэт, чье имя не знал никто, и наступил второй этап создания спектакля – написание сценария.

Его стихи легли в основу сценария, а его душа в спектакль, и имя ему было Юрий Петрович Воронов. Юрий Петрович родился 13 января 1929 года в Ленинграде. Детство поэта прошло в предвоенном Ленинграде и закончилось, когда началась война, 22 июня 1941 года. Ю. П. Воронов встретил войну подростком, которому еще не исполнилось тринадцати лет, и все девятьсот дней блокады он оставался в городе [3].

Человек, чья история полностью была погружена в войну, ворвался в страницы сценария со своими стихами, а после наступил этап разработки реквизитов и документального фильма, сопровождавшего спектакль, и непосредственных репетиций.

30 января 2023 года спектакль вышел в свет и был представлен трижды для зрителей школы и приглашенных гостей.

Структура его представляла собой непосредственное чтение стихов, закрепленные танцами, что могли передать собой тяжесть ноши ленинградцев через пластику тела, а также мизансцены, где использовался метод исторической реконструкции: перевоз мёртвых на детских санках для захоронения; таскание воды с Невы, когда зимой 1942 года замерз городской водопровод; спасение детей от бомбёжки в укрытиях.

Спектакль произвел неизгладимое впечатление как на детей, так и на подростков старшей школы, которые нашли особый отклик в своих сердцах. С помощью интервью был собран материал для дальнейшей работы, а также отзывы о непосредственного подведения итогов многомесячной работы:

«Незабываемое непередаваемое чувство одновременно гордости за людей того времени, а также удивление, сопереживание и полное отсутствие понимания того, как можно было выжить в такое тяжёлое время»;

«Запомнилось очень многое – как стихи, так и танцы. Особое впечатление произвела также сцена с детьми – даже совсем юные ребята были вынуждены столкнуться с суровыми реалиями и познать весь ужас блокады в столь раннем возрасте»;

«Мне кажется, что актеры смогли прекрасно донести мысль о том, что человек никогда не должен терять надежду. Какие бы трудности не выпали на его долю, нужно всегда стремиться к лучшему. Каждое исполненное стихотворение, танец или песня демонстрируют внутреннюю силу тех, кто пережил этот период, поэтому каждая минута спектакля важна»

Мир, в котором война стала неотъемлемой частью жизни, стал понятнее для учащихся школы. Мир, где месту сожалению не было вовсе, тронул их сердца. Мир, где сплачивались души, заставил их плакать. Спектакль смог стать нитью для сохранения памяти культуры литературного пера, что сможет рассказать о том, как жил и чем дышал Ленинград в годы блокады через простую визуализацию.

Спектакль способствовал формированию чувства гордости и сопричастности к историческому прошлому страны, а также любви к своей малой родине через изучение поэзии блокадного времени.

Таким образом, сценическое воплощение поэзии блокадного Ленинграда становится мощным инструментом патриотического воспитания, позволяющим через искусство донести до учащихся трагическую и героическую историю города-героя, а также действенным способом сохранения культурного наследия поэтов и литераторов блокадного Ленинграда.

Библиографический список:

1. Лукина В. А., Турдыбаева Н. А. Поэтическое слово в эпоху цифровизации. Русский язык и литература в школах Кыргызстана. – 2022. – № 4. – С. 23-25.
2. Веб-факториум «Интересные факты о поэзии времен Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.» // lrb.stv.muzkult.ru // URL: https://lrb.stv.muzkult.ru/poeziya_voini (дата обращения: 03.09.2025).
3. Юрий Воронов // blokada.lodbspb.ru // URL: https://blokada.lodbspb.ru/writers/yuri-voronov/ (дата обращения: 03.09.2025).

Особенности пребывания иностранной молодежи в Санкт-Петербурге

О. А. Махова, Д. С. Шолякова, Я. Ф. Топчиу
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Features of the stay of foreign youth in St. Petersburg

O. Makhova, D. Sholyakova, I. Topchiu
Russia, the St. Petersburg, the St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *в статье рассматриваются особенности пребывания иностранной молодежи в Санкт-Петербурге в 2025 году. Более того анализируются социально-культурные, образовательные и экономические аспекты адаптации молодых иностранцев в городе, а также выявляются не только основные вызовы, с которыми они сталкиваются, но и возможности, предоставляемые городом. Особое внимание уделяется влиянию миграционной политике и городским инициативам, направленным на интеграцию молодежи.*
Ключевые слова: *электронная виза; процесс адаптации; иностранная молодежь; сим-карты; информационная поддержка.*
Abstract. *In this article were analyzed socio-cultural, educational and economic aspects of the adaptation of young foreigners in Saint-Petersburg. Furthermore, main challenges, with which foreigners face, were identified, as well as opportunities, which Saint Petersburg provides. Special attention is paid to the impact of migration policy, and urban initiatives aimed at integrating young people.*
Keywords: *electronic visa; adaptation process; foreign youth; SIM cards; information support.*

В прошлом году Санкт-Петербург совершили 839,3 тыс. поездок туристами из стран ближнего и дальнего зарубежья. Большинство этих иностранных туристов являются представителями молодежи (83,2 % составляют молодые люди от 18 до 44 лет из туристов ближнего зарубежья, 90,8 % – из дальнего зарубежья) [4]. Для успешного увеличения или сохранения этой положительной динамики имеется необходимость уделить отдельное внимания процессу адаптации молодой иностранной аудитории к особенностям пребывания на территории Российской Федерации, Санкт-Петербурга в частности [1, С. 2]. Однако ввиду некоторых законодательных изменений и новых методов мер по обеспечению государственной безопасности могут существенно усложнить вышеописанный процесс и оставить неприятное впечатление о пребывании в Северной столице.

С появлением услуги по оформлению электронной визы молодым иностранцам стало гораздо проще при оформлении необходимых документов для пересечения границ Российской Федерации [6]. Также стоит отметить, что введение безвизового режима для граждан Китайской Народной Республики ожидаемо должно увеличить турпоток китайской молодежи.

В то же время был значительно сильно усложнен порядок получения российской сим-карты, а вместе с ней и российского номера, согласно Федеральному закону от 08.08.2024 № 303-ФЗ «О внесении изменений в

Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные акты Российской Федерации». Теперь для оформления карты иностранным гражданам необходимо:

1. Подготовьте необходимые документы и данные:

1.1. Документ, удостоверяющий личность – паспорт иностранного гражданина;

1.2. Нотариально заверенный перевод паспорта иностранного гражданина. Для его получения обратиться к нотариусу или в бюро переводов;

1.3. СНИЛС. Если ещё нет, оформите его – он будет готов сразу, но иногда это может занять до 5 рабочих дней. Для оформления обратитесь в Социальный фонд (СФР) [2];

1.4. Электронная почта, которая указана на Госуслугах;

1.5. Подтверждённая учётная запись на Госуслугах;

1.6. Подтверждённая биометрия в Единой биометрической системе (ЕБС). Она должна быть зарегистрирована в банке;

1.7. Номер IMEI – номер вашего устройства.

2. Обратиться в офис оператора сотовой связи. Предоставить все вышеперечисленные документы.

На этом этапе сотрудники проверят, сколько сим-карт на туриста уже оформлено. Если их больше 10, в выдаче новой откажут.

3. Сотрудник составляет договор;

4. Подтвердить личность по биометрии для активации сим-карты. Для этого посмотреть в камеру, следуя указаниям сотрудника. Также это можно самостоятельно сделать на Госуслугах. Если не получится, сотрудник подскажет порядок действий.

Из этой информации можно сделать вывод, что получение номера РФ становится непосильной задачей, что создает дальнейшие проблемы с коммуникацией и связью. Есть возможность значительно упростить получение всех документов и данных, для этого можно обратиться к сотруднику Т-банка. Данная банковская организация, предоставляет услуги по оформлению своей сим-карты Т-Мобайл и дебетовой карты BLACK [3]. В свою очередь стоит отметить, что эти услуги доступны только гражданам таких стран, как Кыргызстан, Таджикистан, Узбекистан и КНР.

За исключением проблем со связью Санкт-Петербург предоставляет множество услуг и удобств для иностранных граждан: экскурсионные программы на различных мировых языках, организация мероприятий по знакомству молодежи из других стран с русской культурой, наличие предприятий общественного питания с китайской, индийской кухней, а также блюд Халяль для представителей мусульманских стран.

С целью помочь иностранцам быстрее адаптироваться и сориентироваться в городе были разработаны службы информационной поддержки туристов в виде Городского туристско-информационного бюро и проекта «Ask me SPb». Сотрудники бюро работают в специальных павильон, расположенными рядом с точками большого скопления туристов, мобильные

помощники «Ask me SPb» дежурят около самых популярных достопримечательностей Санкт-Петербурга и готовы ответить на все интересующие туристов вопросы.

Санкт-Петербург в 2025 году – это уникальное сочетание исторического величия и современной молодежной атмосферы, и широких возможностей для саморазвития и активного отдыха. Это делает город одним из самых привлекательных направлений для молодых иностранных туристов.

Библиографический список:

1. А. С. Тельманова, С. М. Осипова, Е. А. Тельманова Адаптация туристских услуг и доступность информации на иностранном языке как фактор развития международного туризма // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2025. – № 2-2 (120).
2. Госуслуги: официальный портал государственных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс]. // URL: https://www.gosuslugi.ru/, свободный. – Загл. с экрана.
3. Правила использования SIM-карт [Электронный ресурс]. // URL: https://www.tbank.ru/finance/blog/sim-rules/, свободный. – Дата обращения: 11.09.2025/
4. Туризм. Итоги 2024 года [Электронный ресурс] / Санкт-Петербургский официальный туристский портал. // URL: https://visit-petersburg.ru/upload/medialibrary/192/lzfo4d9xyej9n6xd8hjmqfrc842pjs6k/Turizm.-Itogi-2024-goda.pdf, свободный. – Дата обращения: 11.09.2025.
5. Федеральный закон от 08.08.2024 № 303-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2024. – № 32. – Ст. 4567.;
6. Электронная виза: официальный сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации [Электронный ресурс]. // URL: https://electronic-visa.kdmid.ru/, свободный. – Дата обращения: 11.09.2025.

Экологические решения и технологии «зеленой» инфраструктуры для интеграции и сохранения природного наследия в условиях мегаполиса (на примере Москвы-реки)

А. Д. Авраменко, А. Рогозова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Ecological solutions and technologies of «green» infrastructure for integration and preservation of natural heritage in the conditions of a metropolis (on the example of the Moscow-river)

A. D. Avramenko, A. Rogozova
St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматривается Москва-река как ключевой элемент природного наследия в границах мегаполиса. Описывается ее историческое, экологическое и рекреационное значение для города. Особое внимание уделяется современным экологическим проблемам, связанным с урбанизированной средой: загрязнению вод, деградации береговой линии, потере биоразнообразия и фрагментации природных коридоров. Статья подчеркивает важность внедрения принципов «зеленой» инфраструктуры и инновационных экологических технологий (биоплато, фиторемедиация, умные системы мониторинга) для восстановления и интеграции речной экосистемы в городское пространство.*
Ключевые слова: *зеленая инфраструктура, природное наследие, урбоэкология, Москва-река, экологические технологии, фиторемедиация, ренатурализация, устойчивое развитие городов.*
Abstract. *The article considers the Moscow River as a key element of natural heritage within the boundaries of the metropolis. Its historical, ecological and recreational significance for the city is described. Particular attention is paid to modern environmental problems associated with the urbanised environment: water pollution, coastline degradation, biodiversity loss and fragmentation of natural corridors. The article emphasises the importance of introducing the principles of "green" infrastructure and innovative environmental technologies (bioplateau, phytoremediation, smart monitoring systems) for the restoration and integration of the river ecosystem into urban space.*
Keywords**:** *green infrastructure, natural heritage, urban ecology, Moscow-river, environmental technologies, phytoremediation, renaturalisation, sustainable urban development.*

Москва-река – это не просто водная артерия столицы, но и ее исторический, культурный и природный каркас. Протекая через сердце одного из крупнейших мегаполисов мира, она несет на себе колоссальную антропогенную нагрузку, оставаясь при этом ценным природным наследием, требующим интеграции в urban среду и применения инновационных подходов к сохранению [4].

Протяженность Москвы-реки в черте города составляет около 80 км. Исторически река определяла планировку города, была источником воды и транспортным путем. Однако интенсивная урбанизация XXXXI веков привела к тому, что река была заключена в бетонные набережные, ее берега были укреплены, а естественные экосистемы оказались разорваны и деградировали. Несмотря на это, она продолжает оставаться средой обитания для ряда видов

рыб, птиц и растений, а также важнейшим рекреационным ресурсом для миллионов горожан [9].

«Забота об окружающей среде уже давно стоит на повестке дня и является одной из самых обсуждаемых в последние годы» [6, С. 303]. Экологические проблемы Москвы-реки носят комплексный характер. К основным из них относятся:

1. Загрязнение вод – основными источниками являются ливневые стоки с городских территорий, несущие нефтепродукты, тяжелые металлы и мусор; недостаточно очищенные сточные воды; бытовой и пластиковый мусор [5].

2. Деградация береговой линии: Жесткие бетонные укрепления (банкеты) разрушают прибрежные биотопы, препятствуют естественному водообмену и самоочищению реки, делают ее недоступной для живых организмов и людей [3; 8].

3. Потеря биоразнообразия – упрощение и унификация берегов приводят к исчезновению мест гнездования птиц, нереста рыб и произрастания водной растительности [4].

4. Тепловое загрязнение – сброс теплых вод оказывает дополнительное стрессовое воздействие на водные экосистемы [5].

Эти вопросы усугубляются антропогенным давлением, недостаточной эффективностью очистных сооружений и постепенной фрагментацией природных территорий, прилегающих к руслу реки. Для решения их необходимы междисциплинарный подход, современное природоохранное законодательство и внедрение инновационных технологий «зелёной» инфраструктуры, обеспечивающих баланс между развитием мегаполиса и сохранением экосистем Москвы-реки.

Преодоление этих проблем требует перехода от инженерно-технического подхода к экосистемному. Концепция «зеленой» инфраструктуры предлагает использовать природные процессы для повышения устойчивости городской среды [4, С. 89].

Москва-река и прилегающие территории являются примером уникального природного и культурного комплекса, требующего особого подхода к охране и интеграции в городскую среду.

1. Ренатурализация берегов: вместо бетонных банкетов предлагается создание естественных, пологих берегов с растительностью. Это позволяет восстановить биологическую активность, улучшить качество воды за счет работы корневых систем и создать новые рекреационные зоны. Примером может служить благоустройство в парке «Зарядье» и отдельные участки в Музеоне [2; 8].

2. Биоплато (искусственные водноболотные угодья) – данная технология заключается в создании каскада мелководных водоемов, засаженных специальными видами растений (рогоз, тростник, камыш). Проходя через такие системы, ливневые стоки эффективно очищаются от загрязнений за счет процессов фильтрации и деятельности микроорганизмов.

Биоплато могут быть интегрированы в парковые зоны вдоль реки, становясь элементом ландшафтного дизайна [3].

3. Фиторемедиация: Использование растений-гипераккумуляторов для поглощения и нейтрализации загрязняющих веществ из воды и донных отложений. Это естественная и устойчивая технология очистки [5].

4. Плавучие эко платформы (биопонтоны): Инсталляции из плавучих модулей с высаженной растительностью. Они выполняют сразу несколько функций: являются местом гнездования птиц, нереста рыб, способствуют очистке воды и эстетическому обогащению акватории [3].

5. «Умные» системы мониторинга позволяют развернуть сети датчиков в режиме реального времени для контроля качества воды, уровня загрязнения и состояния береговой инфраструктуры. Данные с датчиков позволяют оперативно реагировать на нарушения и оценивать эффективность применяемых решений [5; 7].

Москва-река обладает огромным потенциалом для превращения из инженерного объекта в живой, пульсирующий природный каркас города. Внедрение инновационных технологий «зеленой» инфраструктуры – это не отказ от развития, а переход к более разумному и устойчивому управлению городской средой [2; 4; 9]. Интеграция природного наследия в мегаполис через создание экологических коридоров является ключевой задачей, закрепленной в программных документах города [2, 4].

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (ред. от 24.02.2021) «Об охране окружающей среды» // Официальный интернет-портал правовой информации. // URL: http://www.pravo.gov.ru (дата обращения: 02.09.2025).
2. Постановление Правительства Москвы от 11.03.2014 № 119-ПП (ред. от 28.04.2021) «Об утверждении Государственной программы города Москвы «Развитие городской среды»» // Официальный сайт Мэра Москвы. // URL: https://www.mos.ru (дата обращения: 02.09.2025).
3. Ильина И. Н., Грачева Е. Г. Экологическая реабилитация водных объектов в городской среде: современные подходы и технологии // Вестник Московского университета. Серия 5: География. – 2020. – № 5. – С. 98–106.
4. Концепция развития зеленой инфраструктуры города Москвы до 2030 года / Департамент природопользования и охраны окружающей среды города Москвы. – М., 2019. – 65 с.
5. Кульчицкий А. Р., Семутникова Е. Г. Применение фиторемедиации для улучшения качества городских водных объектов (на примере Москвы-реки) // Экология урбанизированных территорий. – 2021. – № 3. – С. 45–52.
6. Савутькова А. В. Экологические аспекты деятельности гостиничных предприятий / А. В. Савутькова // Туризм как фактор устойчивого развития региона : Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Горно-Алтайск, 19-20 апреля 2023 г., Горно-Алтайск, 19–20 апреля 2023 года / под общей редакцией Т. А. Куттубаевой, Н. И. Клепиковой. – Горно-Алтайск: Горно-Алтайский государственный университет, 2023. – С. 303-306.
7. Официальный сайт Государственного природоохранного бюджетного учреждения «Мосэкомониторинг». // URL: https://mosecom.mos.ru (дата обращения: 20.09.2024).

8. Платформа мониторинга качества воды в Москве-реке // Проект «Эко-Москва». // URL: https://eco-moscow.ru/watermonitoring (дата обращения: 02.09.2025).
9. Проект ренатурализации берегов Москвы-реки в районе Нагатинской поймы: технико-экономическое обоснование / ГУП «НИ и ПИ Генплана Москвы». – М., 2022. – 120 с.
10. Стивенсон Р. Зеленые города: устойчивое развитие городской инфраструктуры / пер. с англ. А. П. Зайцева. – М.: Изд-во «Экогород», 2018. – 284 с.
11. Щербакова Т. А. Урбоэкология и устойчивое развитие: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2022. – 319 с.

Наследие и сохранение языкового разнообразия на примере Фестиваля стран Латинской Америки в Санкт-Петербурге

А. Ю. Шхагошева, С. С. Логунова, А. В. Савутькова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Heritage and Preservation of Linguistic Diversity: Festival of Latin American Countries in St. Petersburg

A. Shkhagosheva, S. Logunova, A.Savutkova
Russia, The St. Petersburg, The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *Данная статья посвящена вопросам распространения языка через культурные мероприятия. Фестиваль стран Латинской Америки, проведенный в Санкт-Петербурге в 2025 году при поддержке Центра испанского языка и культуры Adelante, включает в себя комплексную программу. В нее входят открытые уроки по изучению испанского и португальского языков, лекции о знаменитых достопримечательностях, самобытных традициях и особенностях менталитета латиноамериканцев, а также мастер-классы и танцевальные конкурсы. Тем самым, фестиваль выступает живым мостом, соединяющим культуры, оберегая языковое богатство через популяризацию латинских языков и традиций. Укрепляются международные отношения и стимулируется культурный обмен, создавая платформу для диалога и сотрудничества между Россией и странами Латинской Америки. Благодаря разнообразной программе, фестиваль способствует глубокому взаимопониманию, уважению и расширению межкультурных связей, что крайне важно в современном мире.*
Ключевые слова: *Аделанте; международные программы; культурный обмен; романские языки; сотрудничество стран; фестиваль; Латинская Америка; гастрономия; местные танцы; народная музыка.*
Abstract. *This article is devoted to the dissemination of language through cultural events. The Festival of Latin American Countries, held in St. Petersburg in 2025 with the support of the Adelante Center for Spanish Language and Culture, includes a comprehensive program. It includes open lessons on studying Spanish and Portuguese, lectures on famous landmarks, original traditions and peculiarities of the Latin American mentality, as well as master classes and dance competitions. Thus, the festival acts as a living bridge connecting cultures, preserving linguistic wealth through the popularization of Latin languages and traditions. International relations are strengthened and cultural exchange is stimulated, creating a platform for dialogue and cooperation between Russia and Latin American countries. Thanks to its diverse program, the festival promotes deep mutual understanding, respect and expansion of intercultural ties, which is extremely important in the modern world.*
Keywords: *Adelante; international programs; cultural exchange; Romance languages; cooperation of countries; festival; Latin America; gastronomy; local dances; folk music.*

Латинская Америка – регион с уникальным языковым богатством. Помимо испанского и португальского, исторически тут распространены десятки коренных языков (ацтекский науатль, кечуа, аймара, гуарани и др.), каждый из которых отражает особую культуру, мировоззрение и историю народа. Эти языки – часть нематериального культурного наследия человечества.

В Санкт-Петербурге проживает сравнительно небольшая, но активная латиноамериканская диаспора. Она включает студентов, преподавателей, дипломатов, специалистов и их семьи из Мексики, Бразилии, Колумбии, Аргентины, Перу и других стран.

Культурные события играют значимую роль в поддержании и передаче языковых и культурных практик.

Во-первых, такие мероприятия создают аутентичное коммуникативное пространство, в котором язык используется в естественных контекстах: во время выступлений, мастер-классов, неформального общения. Это способствует не только сохранению устной речи, но и поддержанию регистра языка, идиоматических выражений и культурных смыслов, которые зачастую теряются в формализованных образовательных форматах.

Во-вторых, участие в культурных событиях усиливает осознание этнокультурной идентичности.

Кроме того, культурные мероприятия способствуют диалогу между этнической группой и принимающим сообществом. Открытые фестивали, концерты, кинопоказы служат платформой для презентации культурного наследия широкой аудитории.

В этом контексте важное место занимает Фестиваль стран Латинской Америки, который прошёл в этом году с активной поддержкой языковой школы **Adelante**. Это мероприятие стало значимой вехой в культурной жизни города, предлагая его жителям и гостям уникальную возможность познакомиться с многообразием латиноамериканских культур.

Роль языковой школы Adelante.

Adelante – единственный Центр в России, аккредитованный Институтом Сервантеса, где все преподаватели являются носителями испанского языка [1].

Языковая школа **Adelante**, активно поддерживающая фестиваль, организовала серию лекций и мастер-классов, которые стали важной частью программы. Преподаватели школы предоставили аудитории уникальные знания о латиноамериканских диалектах испанского языка, а также рассказали о культурных особенностях различных регионов.

Эти занятия способствовали не только расширению языкового кругозора посетителей, но и формированию понимания культурного многообразия Латинской Америки. Участники фестиваля смогли задавать вопросы и участвовать в дискуссиях, что создало атмосферу открытости и обмена знаниями.

Основной целью Фестиваля стран Латинской Америки является популяризация культуры и традиций латиноамериканских стран, а также создание платформы для взаимодействия между людьми с различными культурными бэкграундами. Фестиваль предоставляет возможность не только оценить художественные, гастрономические и музыкальные достижения стран региона, но и способствует углублению знаний о языках и культурном наследии.

Программа фестиваля

Фестиваль был организован на нескольких площадках, где участники могли насладиться разнообразными мероприятиями. Программа включала:

- Лекторий – место, в котором целый день не угасал жаркий огонь интереса к знаниям и расширению кругозора, гости знакомились с культурой стран Латинской Америки, участвовали в мастер-классах по изучению испанского языка, изучали историю индейцев, и отдельно изучали особенности каждой страны.

- Музыкальные и танцевальные выступления: важная часть фестиваля была посвящена музыкальным выступлениям, на которых исполнители и танцевальные группы демонстрировали национальные ритмы и танцы, что позволило участникам и зрителям познакомиться с многообразием культурных стилей разных стран Латинской Америки.

Артисты из разных стран привнесли в Санкт-Петербург атмосферу удивительного южного тепла, исполнив зажигательные сальсу, ча-ча-ча и самбу.

- Мастерская: для гостей также проводились мастер-классы, на которых желающие могли научиться основам латиноамериканских танцев, попробовать создать изделия в традиционных техниках (маски, сувениры, украшения).

Для детей были представлены игры народов Латинской Америки такие как лимба и детский аналог дартс. Также дети могли сделать аква-грим в мексиканском и индейском стилях.

Творческие мастер-классы вовлекают гостей любого возраста в процесс, делают культуру «живой» и доступной. Именно творческое участие запоминается лучше всего и формирует прочную эмоциональную связь с изучаемой культурой.

- На литературных площадках гости могли познакомиться с поэтами и писателями региона, узнать об особенностях литературных стилей, послушать отрывки на языке оригинала и в переводе. Это расширяет кругозор, показывает разнообразие языков, что мотивирует к дальнейшему самостоятельному изучению.

- Местная этническая кухня и дегустации, то есть гастрономическая составляющая фестиваля также не осталась без внимания. Посетителям были предложены разнообразные блюда традиционной латиноамериканской кухни, в том числе мексиканской: тако – небольшая кукурузная или пшеничная лепешка с разнообразной начинкой, кесадилья – состоящее из пшеничной или кукурузной тортильи, наполненной сыром, буррито и многие другие. Также гости фестиваля могли по участвовать в мастер классе по приготовлению традиционных напитков какао и чай Мате [2].

Сообщество и объединение культур

Фестиваль стал не просто культурным событием, а настоящим праздником для всех его участников. В рамках мероприятия были организованы открытые обсуждения с носителями языка, которые позволили участникам практиковать язык, а также поделиться своими впечатлениями,

историями и опытом путешествий по Латинской Америке. Это способствовало созданию атмосферы для обмена культурами, что укрепило связи между людьми различных национальностей.

Фестиваль стран Латинской Америки стал праздником, который подчеркивает важность культурного обмена и единства. Он не только позволил жителям города погрузиться в атмосферу латиноамериканской культуры, но и вдохновил на новые знания и знакомства.

Прошедший фестиваль стал успешным примером того, как культурные мероприятия могут сплачивать сообщества и обогащать коллективное восприятие многообразия культур, несмотря на небольшой языковой барьер, а также, влиять на сохранение культурного наследия и языкового разнообразия. С каждым годом фестиваль продолжает развиваться и привлекать все больше заинтересованных участников, желающих узнать о богатстве и разнообразии Латиноамериканской культуры. Люди с нетерпением ожидают будущих событий, которые продолжат расширять горизонты культурного общения и взаимопонимания.

Таким образом, культурные события, такие как Фестиваль стран Латинской Америки, представляют собой не только форму досуговой активности, но и выступают в качестве эффективного механизма, способствующего устойчивому сохранению языкового и культурного многообразия

Библиографический список:

1. Кириллова В. А., Андраде С. А., Мотта Т. Л. А., Центр испанского языка и культуры// Centroadelante // URL: https://centroadelante.ru (дата обращения 01.09.2025).
2. Кириллова В. А., Андраде С. А., Мотта Т. Л. А., Фестиваль стран Латинской Америки в Санкт-Петербурге//Centroadelante // URL: https://centroadelante.ru/meropriyatiya/15759/ (дата обращения 01.09.2025).

Ограничения креативного процесса видеопроизводства при продвижении образовательного продукта

А. Г. Сорокина, И. А. Юмашева
Россия, Санкт-Петербург, СЗИУ РАНХиГС

Limitations of the creative process of video production when promoting an educational product

A. G. Sorokina, I. A. Yumasheva
Russia, St. Petersburg, North-West Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Аннотация: *В статье рассматриваются видеопроизводство как ключевой инструмент продвижения образовательных продуктов в современном цифровом пространстве. Особое внимание уделено ограничениям, влияющим на креативный процесс видеопроизводства: бюджетным, временным, нормативно-правовым, техническим и человеческим. Раскрывается влияние информационного пузыря, гейткипинга, цензуры и самоцензуры на снижении инновационности и вариативности творческих решений. Сделан вывод о том, что для развития видеопроизводства в образовательной сфере необходимо расширение творческой свободы, рациональное планирование ресурсов и использование аналитических данных о целевой аудитории.*
Ключевые слова: *видеопроизводство; видеоконтент; образовательный продукт; ограничения; креативный процесс; творческий процесс; гейткипинг.*
Abstract. *The article examines video production as a key tool for promoting educational products in the modern digital space. Special attention is given to the constraints affecting the creative process of video production, including budgetary, time-related, regulatory, technical, and human factors. The study explores the impact of the information bubble, gatekeeping, censorship, and self-censorship on reducing the innovativeness and diversity of creative solutions. It concludes that the development of video production in the educational sphere requires expanding creative freedom, rational resource planning, and the use of analytical data on the target audience.*
Keywords*: video production; video content; educational product; limitations; creative process; gatekeeping.*

В современном цифровом пространстве видеопроизводство стало одним из ключевых инструментов продвижения, органично вписываясь в современные стратегии рекламы и связей с общественностью. Видео обладают уникальной способностью объединять визуальные, аудиальные и текстовые компоненты, позволяя донести сложные концепции в простой и доступной форме. Современные рекламные и имиджевые видеоролики эффективно формируют у целевой аудитории как эмоциональное, так и рациональное отношение к продвигаемому продукту, благодаря высокой степени вовлеченности зрителя в процесс восприятия информации [1]. Такой формат коммуникации позволяет бренду или организации не только транслировать ключевые ценности продукта, но и создавать доверительные отношения с аудиторией. Видео как инструмент способствует повышению узнаваемости бренда и, не являясь интерактивной формой взаимодействия в своей основе, тем не менее активно стимулирует обратную связь от целевой аудитории. Более того, современные платформы для распространения видео

(«видеохостинги») используют алгоритмы при формировании индивидуальных рекомендаций просмотра для каждого пользователя, что способствует органическому росту показателей контента среди целевой аудитории и активному продвижению брендов, использующих видео как инструмент взаимодействия [2].

Продвижение образовательного продукта с помощью инструментов видеопроизводства становится необходимым условием успеха на современном рынке. По данным Market Research Future [3], к 2026 году видеоконтент будет составлять 82 % всего интернет-трафика, а среднегодовые темпы роста этого сегмента – 21,5 % до 2030 года. Видео обеспечивают более высокий уровень отклика: видеоролики получают в 5 раз больше реакций в социальных сетях по сравнению с текстовыми публикациями, а для рекламы образовательных услуг короткие видео вовлекают до 45% целевой аудитории, при этом 89 % пользователей признают, что купили продукт именно благодаря видео. Рациональность использования видеоконтента подтверждается его прямым влиянием на эффективность маркетинговых кампаний. Компании, применяющие видео, наращивают прибыль на 49 % быстрее, чем те, кто ограничивается только текстовой или графической рекламой; средний ROI внедрения видеомаркетинга в образовательной сфере превышает 5 000 рублей на каждый затраченный рубль уже в первый месяц после запуска кампании. К тому же, образовательные учреждения, активно использующие видеоконтент, отмечают рост узнаваемости бренда, улучшение показателей конверсии и укрепление доверия к бренду среди новых и текущих студентов. Анализ интернет-продвижения услуг учреждения высшего образования [4] показывает, что почти 70 % будущих студентов используют социальные сети с видеоконтентом, чтобы принять решение о поступлении, и 27 % признают решающую роль видео в своем выборе.

Видеопроизводство как комплексный процесс создания видеоконтента включает три основные стадии: подготовительный этап, этап производства и этап постобработки. На подготовительном этапе формируется концепция будущего продукта, разрабатывается сценарий и план съемок, определяется техническая база и ресурсы, что сопряжено с множеством фактором сдерживания креативного процесса уже при формировании основой идеи, концепции и формы подачи мысли. Именно на этом этапе закладываются ключевые предпосылки креативного замысла, однако в такие объективные факторы как ограниченность бюджета, времени и ресурсов может накладывать серьёзные рамки на творческую свободу исполнителей. Этап производства связан с реализацией съемок, где технические и организационные факторы влияют на гибкость творческого процесса. На заключительным этапе постобработки происходит монтаж и финальная обработка, однако качество финала ограничено исходным материалом и временными рамками, также нередки случаи изменения, доработки и полного переосмысления видеоматериалов на этом этапе для согласования основной идеи образовательного продукта с посылом видео. Несомненно, на этом путь

творческого продукта видеопроизводства не закачивается, однако ограничения, накладываемые уже после публикации видео, рассматривать в статье мы не будем.

Ограничения бюджета и времени являются самыми распространёнными в процессе видеопроизводства и имеют прямое влияние на творческий процесс и качество конечного продукта. По данным видеопродакшена «FLYFILM», основная часть бюджета формируется за счёт количества съемочных дней – сокращение времени на съемки неизбежно ведёт к компромиссам в деталях, качеству оборудования и количестве задействованных специалистов [5]. В условиях ограниченного времени команда вынуждена работать в ускоренном режиме, что снижает возможности для творческих экспериментов и тщательной проработки сцен. Недостаточное финансирование ограничивает техническое оснащение, использование качественных локаций и возможности постобработки, что влияет на визуальное и звуковое восприятие видео. Оставаясь наиболее очевидными и часто встречающимися, бюджетные и временные ограничения остаются ключевыми барьерами, существенно сдерживающими как креативные решения, так и качество продвигаемого образовательного видеопродукта. Эксперт продакшн-студии «Цех» утверждает, что основная часть затрат напрямую зависит от количества съемочных дней, и сокращение времени работы часто приводит к компромиссам в деталях и качестве технического оснащения [6]. Такие условия ограничивают творческую свободу команды, снижая возможность тщательной проработки сценариев и экспериментирования.

Нормативно-правовые ограничения представляют собой ещё одно значимое сдерживающее влияние на креативный процесс в видеопроизводстве образовательных продуктов. При разработке видео важно руководствоваться не только общими законодательными актами, такими как закон «О рекламе», но также учитывать локальные нормативные акты, внутренние распоряжения организации, требования брендбука и актуальную коммуникативную стратегию. Эти ограничения проявляются уже на этапе формирования идеи, что нередко ведёт к отбраковке инновационных и нестандартных решений в пользу более безопасных, но зачастую менее актуальных для целевой аудитории вариантов. В образовательной среде подобные нормативы обеспечивают юридическую и этическую корректность контента, но одновременно ограничивают свободу креативного выражения, тогда как вне образовательного контекста наблюдается гораздо большая степень свободы брендов при коммуникации с аудиторией.

На первоначальном этапе видеопроизводства, заключающемся в формировании концепции видеопродукта, творческие специалисты сталкиваются с феноменом информационного пузыря. В сегменте образовательных продуктов существует тенденция к однообразию и шаблонности, что воспринимается участниками индустрии как своего рода «единый стандарт», который не стремятся нарушать. Такая ситуация влияет на формирование исходной идеи, заметно ограничивая вариативность и

широту творческих решений. Даже при кажущейся свободе в выборе идей авторы находятся в рамках своего информационного поля, которое зачастую не совпадает с реальными интересами целевой аудитории, особенно новой генерации обучающихся. Это обуславливает важность обращения к актуальным исследованиям рынка, анализу цифровых трендов и целевой аудитории с целью разработки действительно востребованного и инновационного видеоконтента.

При планировании съемочного процесса значительные трудности возникают из-за ограничений, связанных с человеческими ресурсами. Для эффективной организации видеозаписи необходимо согласовать расписание всех участников, включая актеров и обслуживающий персонал. В образовательных организациях эта задача усложняется дополнительными факторами: учебные заведения функционируют преимущественно в будние дни, оставляя для съемок практически единственный выходной – воскресенье. Однако привлечение преподавателей и студентов в этот день требует официального согласования дополнительной работы, что далеко не всегда возможно. Даже при удачном согласовании дополнительная нагрузка на участников может вызывать снижение мотивации и вовлеченности, что негативно отражается на качестве съемочного процесса и конечного продукта. Такой дефицит человеческих ресурсов и ограничение по времени требуют от организаторов более тщательного и гибкого планирования для минимизации потерь в креативности и эффективности.

С технической точки зрения креативный процесс видеопроизводства нередко сталкивается с серьезными ограничениями, которые могут повлиять на реализацию творческого замысла. В отличие от крупных мировых брендов с практически неограниченными бюджетами и доступом к передовым технологиям, образовательные организации зачастую ограничены внутренними ресурсами и технической оснащённостью. Это выражается в том, что каждый планируемый кадр и ракурс должен быть заранее согласован с технической командой, чтобы учесть возможности имеющегося оборудования. Например, отсутствие определённых объективов или необходимого светового оснащения может стать критическим фактором, исключающим некоторые творческие решения. В таких условиях пространство для экспериментов с визуальными эффектами и необычными приемами сужается, что требует более строгого планирования и адаптации идей под технические возможности учреждения и имеющееся оборудование.

Также одним из ключевых ограничений креативного процесса видеопроизводства на заключительном этапе является необходимость согласования проекта с несколькими заинтересованными сторонами, что значительно усложняет принятие решений, так как каждая сторона предъявляет свои требования и ожидания, что приводит к необходимости поиска компромиссов. Частые циклы правок и долгие обсуждения замедляют работу команды, уменьшая возможности для экспериментов и творческой свободы. В результате ряда правок творческие идеи могут терять свою

оригинальность и глубину, а конечный продукт становиться более стандартизированным.

В заключение рассмотрения факторов ограничения креативного процесса в видеопроизводстве образовательных продуктов нельзя обойти вниманием феномены гейткипинга, цензуры и самоцензуры. Гейткипинг, или теория «привратника», предполагает фильтрацию и контроль потоков информации и идей, осуществляемую различными участниками процесса – от специалистов по контенту до руководителей и заказчиков, что неизбежно приводит к отсеву сложных, инновационных или спорных концепций. Цензура, в этом контексте, выставляет идеологические и нормативные барьеры, ограничивающие содержание и форму видеопродукта, а самоцензура – это внутреннее ограничение автора, возникающее из стремления избежать конфликтов и излишних сложностей при согласовании. В совокупности эти механизмы способствуют формированию замкнутого круга воспроизводства шаблонности и консервативности, что усиливается низкими бюджетами, ограниченным техническим арсеналом и внешними репутационными рисками. Вследствие этого творческие специалисты зачастую не представляют нестандартные идеи вовсе, рассматривая их как непрактичные и излишне рискованные, что затормаживает прогресс и инновационное развитие в сфере образовательного видеоконтента.

Библиографический список

1. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 177 с. – (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. // URL: https://urait.ru/bcode/447824 (дата обращения: 11.10.2025).
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 418 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-21622-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. // URL: https://urait.ru/bcode/581839 (дата обращения: 11.10.2025).
3. Овчинникова Евгения Сергеевна Особенности использования видеохостинга YOUTUBE для продвижения бренда // Наука. Общество. Государство. – 2017. – № 4 (20). // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-videohostinga-youtuve-dlya-prodvizheniya-brenda (дата обращения: 11.10.2025).
4. Видеомаркетинг: о сути, инструментах и стратегии / [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики" : [сайт]. // URL: https://marketing.hse.ru/blog/videomarketing-o-suti-instrumentah-i-strategii/ (дата обращения: 11.10.2025).
5. Digital Content Market Size, Share, Industry Demand – 2035 / [Электронный ресурс] // Market Research Future: [сайт]. // URL: https://www.marketresearchfuture.com/reports/digital-content-market-11516 (дата обращения: 11.10.2025).
6. Трапезникова Е. М., Петропавловская А. А. Анализ эффективных способов интернетпродвижения образовательных услуг высшего учебного заведения. Экономика науки. 2022;8(1):73-81. // URL: https://doi.org/10.22394/2410-132X-2022-8-1-73-81 (дата обращения: 11.10.2025).

7. Бутенко Е. И. Концептуальный подход к развитию маркетинговых коммуникаций на основе видеомаркетинга // Индустриальная экономика. – 2022. – № 1. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnyy-podhod-k-razvitiyu-marketingovyh-kommunikatsiy-na-osnove-videomarketinga (дата обращения: 11.10.2025).
8. Жилина В. Из чего складывается стоимость видеопроизводства: объясняем на примерах / Жилина В. [Электронный ресурс] // Продакшн-студия "Цех": [сайт]. // URL: https://tseh.studio/budget (дата обращения: 11.10.2025).
9. Шевелев А. Что влияет на стоимость корпоративного видео: взгляд изнутри / Шевелев А. [Электронный ресурс] // РБК Компании : [сайт]. // URL: https://companies.rbc.ru/news/frLDrY7clm/chto-vliyaet-na-stoimost-korporativnogo-video-vzglyad-iznutri/ (дата обращения: 11.10.2025).

Проблемы тенденций на ивент-рынке

Д. В. Рихтер, И. А. Юмашева
Россия, Санкт-Петербург, СЗИУ РАНХиГС

Problems and trends in the event market

D. V. Richter, I. A. Yumasheva
Russia, St. Petersburg, North-West Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Аннотация. *Актуальность данной темы обусловлена тем, сто стремительное развитие спроса рынка в сфере событийного маркетинга привело к значительному росту видов обращений к ивент-агентствам, а также к росту их числа. За счет их количества образовался ряд тенденций производства и подготовки мероприятий, к которому относятся каждый занимающийся этим исполнитель. Но именно здесь и возникает вопрос влияния этих тенденций на образ мероприятий в восприятии аудитории и заказчиков, а также самих работников, занимающихся ивент-мероприятиями.*
Ключевые слова: *ивент; мероприятия; событийный маркетинг; ивент-индустрия.*
Abstract. *The relevance of this topic is due to the fact that the rapid development of market demand in the field of event marketing has led to a significant increase in the types of appeals to event agencies, as well as to an increase in their number. Due to their number, a number of trends in the production and preparation of events have been formed, to which each performer who is engaged in this belongs to them. But this is where the question arises of the impact of these trends on the image of events in the perception of the audience and customers, as well as the employees involved in event events themselves.*
Abstract: *events; event marketing; event industry.*

Рынок событийного маркетинга переполнен исполнителями и запросами массовой потребности: каждая организация нуждается во внутри корпоративных мероприятиях и мероприятиях внешних коммуникаций. На этот спрос у организаций ивент-индустрии есть обоснованно мощные инструменты работы: большое количество исполнителей и штаба, разделенного на конкретные задачи, наработанные кейсы проведенных ивентов и их специфика под конкретные запросы потребителя, технологии и вспомогающие производственные организации-партнеры. Все это становится устойчивой проверенной наработанной годами экологичной системой, где на каждого потребителя есть исполнитель [1, С. 391].

Ивент-индустрия – это живой, пульсирующий организм, который чутко реагирует на малейшие изменения в обществе, технологиях и экономике. Ежегодно эксперты составляют списки трендов, которые должны определить лицо мероприятий. Но одновременно это и становится проблемой, так как сфера ивент рискует превратиться в «конвейер мероприятий», тем самым теряя или не находя изначальный смысл проводить внутренние или внешние мероприятия. На это влияет ряд причин.

Первое – это важность значения моды на потребителя в сегодняшние дни. Потребитель сразу приходит со страхом сделать не актуально, не современно, не сезонно, не по принятым стандартам. Несмотря на то, что мода

превращается в быстро переменчивый груз и размывает смысл индивидуального запроса мероприятия и вместо глубоко персонального запроса превращает его в кричащий слоган «мы тут» «мы не отстаем». Отсюда и начинает идти риск и проблема бюджетирования мероприятия, бюджет идет на создание образа актуального мероприятия, а не действительно личные запросы потребителя [2, С. 6].

Второе – это изначальное непонимание индивидуального запроса от мероприятия, частое постановление общепринятых целей, и решение целей общепринятыми наработанными инструментами.

Третье – это отсутствие зацепления в коммуникационной модели за человеческие, уже существующие в аудитории ценности, при этом давление на распространение собственных.

Четвертое – отсутствие ресурса времени у команды исполнителей на индивидуальный подход и раскрытие философии и посыла мероприятия из-за большой нагрузки организационных работ.

Пятое – это зацикливание на подходе к опытности ивент-организации. Гораздо легче пойти по предложенному и наработанному плану представителя ивент-агентства, чем идти на риск пробы новых форматов, находиться в незнании итоговой реакции аудитории на концепцию мероприятия и нести за это ответственность [3, С. 179].

Шестое – отсутствие подходящей, понимающей, ценящей креатив аудитории. Не каждая аудитория может быть готова или не иметь возможности заблаговременно подготовиться кем-то к восприятию замысла мероприятия через непривычные креативные конструкции. Оригинальное не всегда может найти свою аудиторию и имеет большую сложность донесения до массовой аудитории.

Седьмое – это экономическая нестабильность. Мероприятия зачастую в корпорациях или личном использовании не являются обязательными. При сложностях экономической ситуации подвергаются риску отказа, а даже если в итоге принимается решение проводить – нет желания «заморачиваться» и тратиться на дополнительные креативы и наполнения мероприятий.

Восьмое – для многих мероприятий внешней коммуникативной модели организаций важным фактором является измеримость эффективности. Классические метрики (количество гостей, охваты в соцсетях) часто не работают для новых сложных креативных форматов. Заказчики хотят видеть KPI и ROI, но для многих новых креативных не существует отработанных систем аналитики. Эта неопределенность отталкивает заказчиков от новых идей и мешает продаже сложных, но потенциально очень эффективных и оригинальных решений [4, С. 162].

В современном мире огромное внимание уделяется развитию технологичности, что уже сегодня дает видимые изменения и новые возможности и для мероприятий. Иммерсивность, дополненная реальность (AR), виртуальная реальность (VR), интерактивные инсталляции – все это создает «вау-эффект». Но здесь кроется использование технологий ради

технологий. Демонстрирование инструмента, а не демонстрирование смысла инструментом. Технологии должны быть не целью, а инструментом, который усиливает ключевую идею события и решает конкретные задачи в создании эмоционального контента [5, С. 118].

Стоит также отметить, что в наши дни не в каждой организации присутствуют творческие умы, или они находятся не в подобающем количестве, а могут и вовсе не проявлять идей новых креативных конструкций мероприятий из-за наблюдения неинтереса или страха нового у заказчиков.

Тенденции ивент-индустрии – это не инструкция к действию, а направления, указывающие на изменение запросов аудитории. Главная проблема современной ивент-индустрии – не в самих тенденциях, а в поверхностном к ним отношении. В погоне за актуальностью происходит слепое следование, а не грамотное адаптирование, не умение отфильтровать шум, адаптировать глобальные тенденции под конкретные задачи и, что самое важное, не потерять за всеми технологиями и форматами живого человека с его потребностью в подлинных эмоциях и связях.

Библиографический список:

1. Каннер Д. Д. Оценка состояния ивент-индустрии в России в современных экономических условиях / Д. Д. Каннер, А. А. Лысоченко // Московский экономический журнал. - 2021. - С. 388-395.
2. Жбанков Д. Е. Прогноз основных тенденций рынка ивент услуг в России на 2021 год / Д. Е. Жбанков. – 2021. – № 2 (53). // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/prognoz-osnovnyh-tendentsiy-rynka-event-uslug-v-rossii-na-2021-god (дата обращения: 13.10.2025).
3. Жбанков Д. Е. Возможности и направленность развития событийного маркетинга ивент индустрии на российском рынке / Д. Е. Жбанков // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2021. - С. 178-180.
4. Жбанков Д. Е. Перспективы и тенденции развития событийного маркетинга для российского рынка ивент услуг / Д. Е. Жбанков // Международный журнал гумунитарных и естественных наук. - 2021. - С. 161-163.
5. Хуснутдинова А. М. Региональный ивент-рынок. Проблемы и решения / А. М. Хуснутдинова // Наука, образование и культура. – 2016. – С.115-123.

Формирование эко-фольклорной тропы на объекте культурного наследия Юнеско

П. В. Жуков, В. В. Комлева
Россия, Санкт-Петербург, Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина

Formation of an eco-folklore trail at a UNESCO cultural heritage site

P. V. Zhukov, V. V. Komleva
Russia, St. Petersburg, Pushkin Leningrad State University

Аннотация. *статья посвящена формированию эко-фольклорной тропы по территории бывшей Александровой даче в г. Павловске, в основе проекта лежит сказка Екатерины II, воплощенная архитектором Кваренги в конце 18 века в виде комплекса зданий и сооружений.*
Ключевые слова: *эко-фольклорная тропа; Александрова дача; туртропа.*
Abstract. *The article is devoted to the formation of an eco-folklore trail on the territory of the former Alexandrova dacha in the city of Pavlovsk, the project is based on the fairy tale of Catherine II, embodied by the architect Quarenghi in the form of a complex of buildings and structures*
Keywords: *eco-folklore trail; Alexandrova dacha; tourist trail.*

Формирование сети туристских троп на территории России принимает конкретный характер с учетом принятия закона о формировании «Национальной системы туристских троп в РФ» [1]. С учетом внесения изменений в 2025 году в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» понятие туристская тропа принимает следующий вид – «туристский ресурс, предназначенный для пешего, велосипедного, лыжного, конного (верхом) или иного немеханического способа передвижения, расположенный на землях, земельных участках, поверхностях искусственных сооружений и водных объектах, обустроенный системой навигации и ориентирования, на отдельных частях или по всей протяжённости которого могут размещаться элементы благоустройства, некапитальные строения и сооружения» [2].

Целью авторского исследования стали туристские тропы эко-фольклорной направленности или сказочные эко-тропы. В связи с чем, считаем необходимым, разработать общий подход к формированию эко-фольклорных маршрутов через создание универсального однодневного экскурсионного маршрута.

В качестве базового маршрута авторы предлагают сформировать маршрут по территории бывшей Александровой дачи, расположенной в черте города Павловска (г. Санкт-Петербурга) как объекта культурного наследия Юнеско, воплощённого в камне архитектором Кваренги.

Уникальность проекта заключается в сочетании истории, природы и фольклора, причем фольклор имеет под собой основу, представленную в архитектуре и ландшафте парка.

Приставка «эко» обозначает природную направленность тропы с элементами эко-просвещения (через инфо-стенды) в контексте влияния человека на природу и ее преобразование в русле социальной экологии.

Авторский проект – это пешеходный маршрут, в основе которого тоже лежит сказка, написанная Екатериной II для своего внука, будущего императора Александра I. Территория не входит в ООПТ города Санкт-Петербурга, поэтому мы не можем говорить, что наш проект будет создание именно эко-тропы как это, например, реализуется в рамках проекта «Тропа 47» в Ленобласти [4]. Авторский маршрут – это эко-фольклорная тропа, которая выполняет с одной стороны эко-просветительскую роль, с другой стороны – образовательно историко-культурную.

Время создания ансамбля парка – 1788–1793 года. В развитии замысла парка играли роль и Екатерина II, и сам Александр. Архитектором Храма Розы без шипов и всего ансамбля Александровой дачи является Джакомо Кваренги, что документально подтверждено благодаря исследованию С. Выжевского [3].

К настоящему времени из всех построек и сооружений Александровой дачи на своем месте сохранились сильно поврежденный павильон «Эхо» (Храм Флоры и Помоны) (рис. 1) и фрагменты Храма Розы без шипов. Дача Н. И. Салтыкова после пожаров была разобрана.

Рис. 1. Храм Флоры и Помоны (фото начало 20 века и современная фотография)

Фрагментарно сохранились аллеи и дорожки, остатки насаждений. Работы по воссозданию ансамбля парка были разработаны и осуществлялись в конце 1970–1980-е гг., но тогда успели возвести лишь каменный мост на месте одного из ранее существовавших мостов.

В нашем проекте предусмотрены следующие эко-просветительские элементы (см. подробней «Руководство по маркировке туристских маршрутов и троп на природных территориях Ленинградской области рекомендовано решением рабочей группы при комитете Ленинградской области по туризму по развитию активного туризма в Ленинградской области от 25.11.2020»).

- информационные щиты;
- просветительские щиты;
- указатели;
- информационные таблички;
- карты-схемы;
- знаки (предупреждающие, указательные, предписывающие, запрещающие).

Маршрут проходит по территории Санкт-Петербурга в границах Пушкинского района, и территориально это г. Павловск. Основные точки маршрута: мост через р. Тызва – бывш. дача Салтыкова – Дом с оранжереей (не сохранился) – «видовая поляна» и Храм Цереры (не сохранился) – вольеры с животными – родник нимфы Эгерии - Храм Флоры и Помоны - Храм Розы без шипов.

Первая часть маршрута (рис. 2) – протяжённость пешком 880 метров (см. рис.

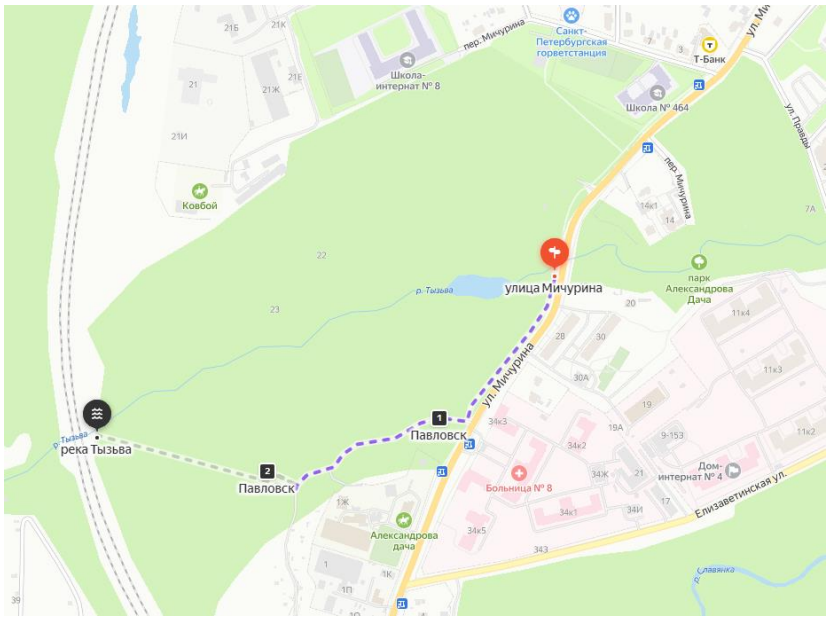

Рис. 2. Карта первой части маршрута

Начинается маршрут от моста через р. Тызва (ул. Мичурина), который раньше был двух-арочным и проходил по прежней Славянской дороге, как на изображении – см. рис.3, архитектор, предположительно, Дж. Кваренги.

Следующая остановка – точка 1 на карте маршрута (рис. 2) через 200 метров – это место, где располагался Дом с оранжереей (он же Дом Александра – Дом Леньтяга-мурзы) (рис. 3). Дом был двухэтажным, на первом этаже располагалась оранжерея, на втором – комната для отдыха.

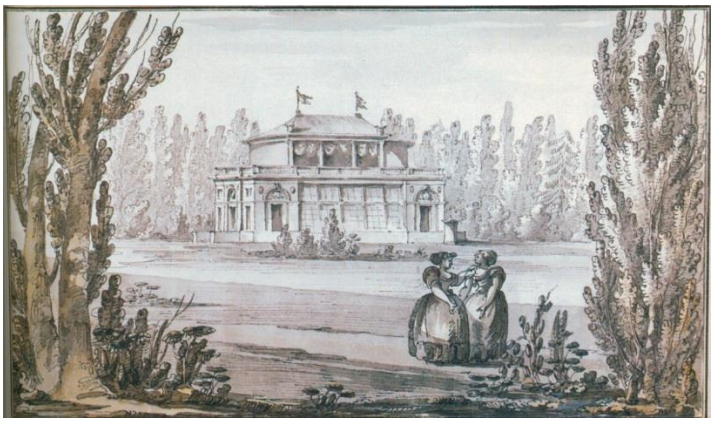

Рис. 3. Дом с оранжереей или Дом Александра

По данным исследованиям Сергея Выжевского [3] автором дома является архитектор Джакомо Кваренги, что подтверждается двумя найденными чертежами (рис. 4).

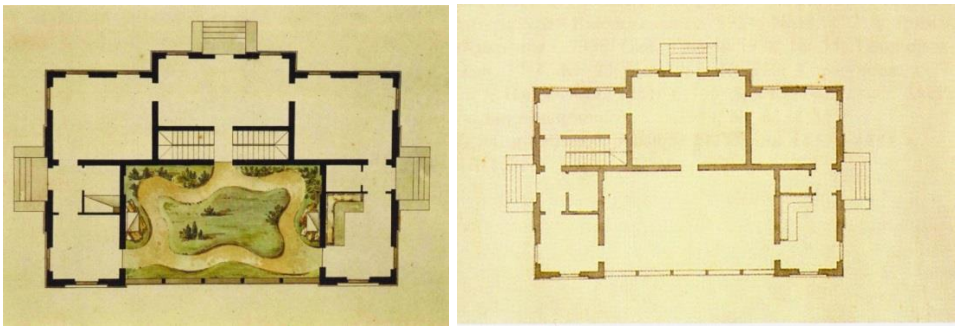

Рис. 4. Чертежи Кваренги

Вторая часть маршрута проходит по сохранившейся дорожно-тропиночной сети парка (рис. 5) и проходит через Елисейские поля (рис. 6), где были статуи любимых Александром I правителей Рима (Нума Помпилий, Марк Аврелий, император Тит) и далее, к Храму «Флоры и Помоны» (см. рис.5).

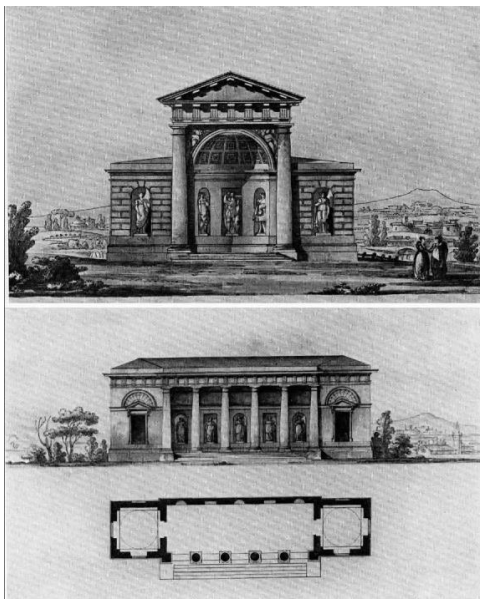

Рис. 6. Возможные варианты «Елисейских полей». Арх. Д. Кваренги

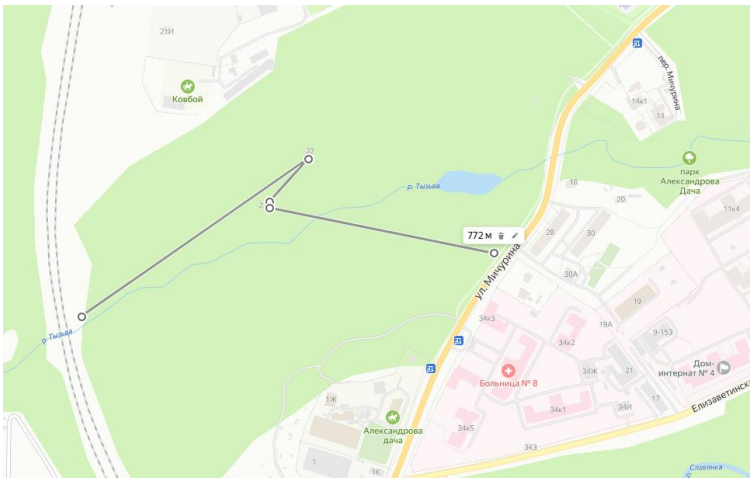

Рис. 5. Карта второй части маршрута

Вторая часть маршрута имеет альтернативный вариант и предполагает посещение сначала Храма Розы, а потом Храм Флоры и Помоны, с окончанием маршрута на пер. Мичурина. Данный вариант носит временный характер с учетом отсутствия на данный момент моста через реку Тызва.

Важной особенностью проекта является его экологическая составляющая, реализуемая через продуманную инфраструктуру, позволяющую минимизировать антропогенную нагрузку на природный заказник, и волонтерские программы по уходу за территорией. Круглогодичная доступность маршрута, обеспеченная деревянными настилами и лестницами, делает его устойчивым к сезонным колебаниям турпотока. Социальный эффект проявляется в вовлечении местного

сообщества, особенно студентов, которые получают возможность развивать профессиональные навыки в сфере туризма и экскурсионной деятельности.

Библиографический список:

1. Интерфакс // Официальный сайт. // URL: https://www.interfax.ru/russia/1035390 (дата обращения: 28.08.2025).
2. Консультант Плюс // Официальный сайт. // URL: https://www.consultant.ru/law/review/209420207.html (дата обращения: 28.08.2025).
3. Александрова дача. Часть II. Архитектор Дж. Кваренги // LiveJournal. // URL: https://dharma-ser.livejournal.com/2718.html (дата обращения: 13.05.2025).
4. Тропа47 // Официальный сайт. – URL: https://tropa47.com / (дата обращения: 12.05.2025).

Гастрономический туризм на основе локальных кулинарных традиций и адаптацией под вкусы туриста по региону ЯНАО

Н. И. Баканович
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Gastronomic tourism based on local culinary traditions and adaptation to the tastes of tourists in the Yamalo-Nenets Autonomous Okrug

N. Bakanovich
Russia, St. Petersburg, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматривается потенциал развития гастрономического туризма в Ямало-Ненецком автономном округе (ЯНАО) как стратегического направления диверсификации туристического продукта Арктического региона. Акцент сделан на анализе уникальных кулинарных традиций коренных малочисленных народов Севера, являющихся ключевым ресурсом для формирования аутентичного гастрономического бренда территории. Предлагаемая модель адаптации предусматривает упрощенный подход к знакомству туриста с гастрономической культурой Ямала.*
Ключевые слова: *гастрономический туризм, ЯНАО, кулинарные традиции, адаптация, коренные народы.*
Abstract. *The article examines the potential for developing gastronomic tourism in the Yamalo-Nenets Autonomous Okrug (YNAO) as a strategic direction for diversifying the Arctic region's tourism product. The main focus is on the analysis of the unique culinary traditions of the indigenous peoples of the North, which are a key resource for forming an authentic gastronomic brand of the territory. An adaptation model is proposed that provides a simplified approach to introducing tourists to the gastronomic culture of Yamal.*
Keywords: *gastronomic tourism, Yamal, culinary traditions, adaptation, indigenous peoples.*

Ямало-Ненецкий автономный округ обладает уникальным культурным наследием коренных малочисленных народов Севера, включая ненцев, ханты, селькупов и коми-ижемцев, что представляет собой значительный, хотя и не полностью реализованный, потенциал в данной области. Кулинарные традиции региона формировались в условиях экстремального арктического климата и кочевого образа жизни, образуя уникальную гастрономическую экосистему. Основу местной кухни составляют продукты оленеводства (мясо оленей и субпродукты), рыболовства (рыба сырок, муксун, чир, нельма) и собирательства (дикорастущие растения, брусника, морошка). Блюда, такие как строганина из рыбы или оленины, пальк (блюдо из оленины с кровью), рыбник, десерты из морошки и брусники, обладают не только гастрономической, но и значительной культурно-антропологической ценностью [3].

Выраженная аутентичность данного продукта может стать значительным препятствием для его восприятия со стороны массового туриста. Существует фундаментальное противоречие: с одной стороны, существует неотложная необходимость в сохранении подлинности кулинарных традиций, которые представляют собой важный элемент

культурного наследия, с другой стороны, возникает требование адаптации и коммерциализации туристического продукта для удовлетворения широкого потребительского спроса.

В процессе глубокого анализа представленной проблематики целесообразно обратиться к философской концепции «золотой середины», разработанной Аристотелем. Эта концепция предусматривает стремление к добродетели, которая занимает промежуточное положение между двумя экстремальными вариантами – избыточностью и недостаточностью [1]. Применительно к сфере гастротуризма на территории Ямала, экстремальные позиции включают в себя полное коммерческое освоение, ведущее к потере уникальности и аутентичности продукта, а также строгое сохранение традиций, что делает продукт недоступным для широкой публики. Задача состоит в том, чтобы найти баланс, который позволит сохранить культурное наследие кулинарии и одновременно сделать его привлекательным для туристов.

Для решения этой задачи предлагается трехуровневая модель адаптации гастрономических традиций ЯНАО:

Уровень 1: «Точка входа» (адаптированные продукты). На данном этапе осуществляется максимальная адаптация традиционных гастрономических форматов, знакомых туристам. К примеру, предлагаются такие блюда, как колбаса из оленины в традиционном исполнении, салат с муксуном слабой засолки, сырники с соусом из морошки. Данная стратегия направлена на снижение первоначального барьера восприятия и стимулирование интереса к местной кухне.

Уровень 2: «Знакомство» представляет собой концепцию гастрономического опыта, основанную на адаптированных вариантах аутентичных блюд. Данные кулинарные изыски сохраняют близость к оригинальным рецептам, однако предусматривают использование методов обработки продуктов, минимизирующих их воздействие на организм человека. К примеру, в меню может быть представлена строганина из рыбы высшего сорта, подвергшейся строгому ветеринарному контролю и подаваемая с ассортиментом соусов, а также суп из оленины, приготовленный с использованием традиционных трав, но адаптированный к более распространенным предпочтениям в текстуре.

Уровень 3: «Аутентичный опыт» (подлинные традиции) представляет собой предложение, ориентированное на подготовленную аудиторию, и является эксклюзивным вариантом для ценителей. Данный уровень включает в себя участие в традиционном застолье в чуме, а также освоение рецептов и технологий приготовления блюд в соответствии с историческими традициями. Данный подход может быть интерпретирован как практическая реализация, в которой основой служит аутентичность кулинарии, в то время как контраргументом выступают требования рыночной среды. В качестве синтеза предлагается разработанная многоуровневая модель, которая устраняет

существующие противоречия и способствует продвижению продукта к новому этапу его развития.

Необходимо подчеркнуть значимость активного вовлечения и получения согласия от представителей коренных народов в процессе их адаптации. Такой подход способствует сохранению и защите их культурного наследия, а также обеспечивает целевое распределение части экономических доходов от туристической деятельности в интересах развития данных общин. Это является фундаментальным принципом устойчивого развития в сфере туризма [2].

В завершении отметим, что гастрономический туризм в Ямало-Ненецком автономном округе представляет собой значительный резерв для повышения туристической привлекательности данного региона. Эффективность развития этой сферы зависит от умелого сочетания сохранения аутентичности и её адаптации к потребностям современной аудитории. Разработанная модель развития гастрономического туризма способствует увеличению туристического потока и предлагает разнообразные продукты, соответствующие различным уровням интереса и готовности потребителей, начиная от адаптированных предложений, таких как «Вкус Ямала», и заканчивая углубленными этно-гастрономическими экскурсиями.

Библиографический список:

1. Аристотель. Никомахова этика // Философская библиотека «Академия» // URL.: https://academia-filosophia.ru/nikomahova-etika (дата обращения 11.02.2025).

2.Затеева Н. В., Либерова Т. В. Устойчивый туризм на арктических территориях: проблемы и перспективы (на примере ЯНАО) // Арктика: экология и экономика. – 2020. – № 4 (40). – С. 12-22.

3. Суслова Е. Н. Культура питания коренных малочисленных народов Западной Сибири: традиции и современность. – Тюмень: Экспресс, 2017. – 145 с.

Особенности организации культурно-просветительской деятельности в городских лагерях Санкт-Петербурга

А. В. Богомазова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

Features of the organization of cultural and educational activities in urban camps of Saint-Petersburg

A.V. Bogomazova
Russia, St. Petersburg, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Аннотация. *В статье рассматривается проблема отсутствия системного подхода к организации культурно-просветительских мероприятий в городских лагерях Санкт-Петербурга. Приводятся примеры решений: сотрудничество с музеями, театрами и культурными центрами; введение игровых и интерактивных форматов, включая квесты и экскурсионные маршруты по безопасным участкам города; использование мобильных приложений с заданиями и тестами; приглашение деятелей культуры и искусства. Особое внимание уделяется возрастным особенностям детей, подростков и молодых людей (7–20 лет) и формированию программы с учетом образовательного и воспитательного потенциала мероприятий. Отдельно рассматриваются современные вызовы: цифровизация, мультикультурная среда и необходимость безопасной городской инфраструктуры.*
Ключевые слова: *культурно-просветительская деятельность, городские лагеря, Санкт-Петербург, дети, воспитание, образование, культурное наследие, интерактивные форматы, квесты, мобильные приложения, сотрудничество с музеями, театрами.*
Abstract. *The article examines the problem of the lack of a systematic approach to organizing cultural and educational activities in urban camps of St. Petersburg. Examples of solutions are provided: cooperation with museums, theaters, and cultural centers; introduction of game-based and interactive formats, including quests and safe-city excursion routes; use of mobile applications with tasks and quizzes; inviting cultural and art figures. Special attention is paid to the age characteristics of children, adolescents and young adults (7–20 years) and the development of programs considering educational and upbringing potential. Modern challenges, including digitalization, multicultural environment, and safe urban infrastructure, are also discussed.*
Keywords: *cultural and educational activities, urban camps, St. Petersburg, children, upbringing, education, cultural heritage, interactive formats, quests, mobile applications, cooperation with museums, theaters.*

Культурно-просветительская деятельность традиционно рассматривается в научной литературе как система целенаправленных мероприятий, направленных на приобщение личности к ценностям культуры, развитие познавательных интересов и формирование устойчивых социальных установок. В педагогике и культурологии существуют различные подходы к определению данного явления. Так, Б. С. Ерасов связывает культурно-просветительскую работу с задачей передачи культурного опыта и воспроизводства духовных традиций общества [1], тогда как И. А. Колесникова акцентирует внимание на ее воспитательном потенциале и

способности формировать личностные смыслы [2]. Таким образом, культурно-просветительская деятельность может рассматриваться как многомерный феномен, сочетающий образовательную, воспитательную и социализирующую функции.

Проблемой современной организации городских лагерей Санкт-Петербурга является отсутствие системного подхода к культурно-просветительской работе. Существующие лагеря, как школьные дневного пребывания, так и частные, преимущественно ориентированы на спорт, языки, робототехнику или прикладные направления, при этом культурно-просветительские мероприятия носят фрагментарный характер и не интегрированы в основную программу. Решение этой проблемы может быть достигнуто через создание комплексных программ, которые объединяют отдых, образование и воспитание, обеспечивая доступ детей и подростков к культурным ресурсам города. В числе возможных инструментов: сотрудничество с музеями, театрами, культурными центрами; игровые и интерактивные форматы (квесты, мастер-классы, театрализованные постановки); экскурсионные маршруты по безопасным участкам города; мобильные приложения с заданиями и тестами; приглашение деятелей культуры и искусства для общения со школьниками.

Организация культурно-просветительской деятельности с детьми и подростками требует учета возрастных особенностей. Для младших школьников (7-10 лет) важны игровые и наглядные форматы: познавательные квесты, мастер-классы, театрализованные постановки, интерактивные экскурсии. Дети усваивают материал лучше через деятельность и игру, что позволяет создавать первые впечатления о культурных объектах города и формировать интерес к истории и искусству.

В среднем школьном возрасте (11-14 лет) у подростков усиливается потребность в самостоятельности и поиске группы по интересам. Здесь культурно-просветительские мероприятия должны включать проектные форматы: создание мини-музеев, подготовка медиапроектов, участие в интерактивных квестах и экскурсионных маршрутах по безопасным участкам города. Важным инструментом может быть мобильное приложение, которое содержит задания, тесты и исторические факты, доступные как для детей, так и для взрослых. Старшие подростки (15-17 лет) нуждаются в осмыслении своей социальной роли и профессионального самоопределения. Для них можно организовывать профориентационные экскурсии в музеи, театры и культурные центры, встречи с представителями искусства, участие в волонтерских культурных проектах. Включение этих форматов способствует развитию критического мышления, навыков организации и креативного решения задач.

Молодые люди до 20 лет могут быть вовлечены в работу лагеря как наставники или младшие вожатые, участвуя в проектировании образовательных программ, проведении мастер-классов и культурных

мероприятий. Такой подход формирует ответственность, укрепляет социальные навыки и обеспечивает преемственность культурного воспитания.

Санкт-Петербург, как объект Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО с 1990 года, является уникальной площадкой для реализации этих программ. В городе более 200 музеев, 70 театров, свыше 8 000 объектов культурного наследия, среди которых 4 000 федерального значения [4]. По данным Комитета по культуре, музеи посещают свыше 6 млн человек ежегодно, при этом значительная часть – дети и подростки. Использование этого богатства в рамках системных культурно-просветительских программ позволяет интегрировать обучение и досуг, делая их увлекательными и познавательными.

Возможности для расширения культурно-просветительских лагерей включают использование инфраструктуры молодёжно-подростковых центров и домов молодежи, которые летом остаются недозагруженными. В таких условиях можно проводить мастер-классы, дискуссионные клубы, экскурсии, квесты, профориентационные мероприятия и программы по профилактике девиантного поведения.

Современные вызовы требуют включения цифровых и интерактивных технологий, обеспечивая VR/AR-экскурсии, использование мобильных приложений и онлайн-платформ для самостоятельного изучения культурного наследия. Опрос родителей дошкольников показал, что 78 % считают, что развивающие мобильные приложения помогают детям развивать творческие навыки, а 70 % отмечают, что они укрепляют базовые образовательные навыки [6]. Также необходимо учитывать вопросы кибербезопасности, особенности мультикультурной среды города и создание безопасной инфраструктуры для передвижения детей.

Перспективным направлением является создание единой городской программы «Культурный лагерь Петербурга», которая объединяет школы, музеи, театры, вузы и общественные организации. В рамках такой программы можно реализовать совместные культурные проекты, привлекать деятелей искусства для общения с детьми, использовать мобильные приложения с интерактивными заданиями, организовывать безопасные экскурсионные маршруты и квесты.

Таким образом, системная организация культурно-просветительской деятельности в городских лагерях Петербурга способна объединить отдых, образование и воспитание, расширить культурные горизонты детей и подростков и создать устойчивую модель социализации и формирования ценностного отношения к культурному наследию города.

Библиографический список:

1. Бондаревская Е. В. Воспитание как возрождение гражданина, человека культуры и морали [Электронный ресурс] / Е. В. Бондаревская. – Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1995. – 256 с. // URL: https://www.rsu.edu.ru/library/bon/ (дата обращения: 22.09.2025).

2. Лубский Л. И. Культурология [Электронный ресурс] / Л. И. Лубский. – М.: Академический проект, 2010. – 432 с. // URL: https://www.academproject.ru/lib/lubsky/ (дата обращения: 22.09.2025).
3. Крылова Н. В. Теория культурно-досуговой деятельности [Электронный ресурс] / Н. В. Крылова. – М.: Академия, 2005. – 304 с. // URL: https://www.academia.edu/krilova/ (дата обращения: 22.09.2025).
4. Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры (КГИОП). Санкт-Петербург – объект Всемирного наследия ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – СПб., 2023. // URL: https://www.kgiop.spb.ru/unesco/ (дата обращения: 22.09.2025).
5. Комитет по образованию Санкт-Петербурга. Данные о летней оздоровительной кампании 2024 года [Электронный ресурс]. – СПб., 2024. // URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/edu/ (дата обращения: 22.09.2025).
6. Online Market Intelligence. Две трети родителей дошкольников признались, что их дети ежедневно используют развивающие мобильные приложения [Электронный ресурс]. // URL: https://omirussia.ru/knowledge/news/131/ (дата обращения: 22.09.2025).

Отель как музей: сохранение культурного наследия в индустрии гостеприимства

М. Вали
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Hotel as a Museum: Preserving Cultural Heritage in the Hospitality Industry

M. Vali
Russia, St. Petersburg, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматривается концепция отеля-музея как формы сохранения и популяризации культурного наследия. Особое внимание уделяется существующим гостиницам и музейным комплексам, которые объединяют функции размещения и экспозиционного пространства. Анализируются примеры отелей, выполненных и оформленных в тематическом стиле конкретных регионов, что позволяет туристам глубже познакомиться с историей, архитектурой и традициями местной культуры. Отель-музей представлен как особый формат гостеприимства, где интерьер, экспонаты и атмосфера создают уникальный культурный опыт для путешественников. Делается вывод о том, что подобные проекты не только сохраняют наследие, но и становятся инструментом его популяризации среди молодежи и гостей региона.*
Ключевые слова: *отель-музей; культурное наследие; гостиничный бизнес; тематический стиль; региональная идентичность; туризм; молодежь; историческая архитектура; культурный опыт; сохранение традиций.*
Abstract. *The article examines the concept of the hotel-museum as a form of preserving and promoting cultural heritage. Particular attention is paid to existing hotels and museum complexes that combine accommodation services with exhibition functions. Examples of hotels designed and decorated in the thematic style of specific regions are analyzed, allowing tourists to become more familiar with the history, architecture, and traditions of local culture. The hotel-museum is presented as a special format of hospitality, where the interior, exhibits, and atmosphere create a unique cultural experience for travelers. It is concluded that such projects not only preserve heritage but also serve as a tool for its popularization among young people and regional visitors.*
Keywords: *hotel-museum; cultural heritage; hospitality industry; thematic style; regional identity; tourism; youth; historical architecture; cultural experience; preservation of traditions.*

В условиях все более тесной взаимосвязи стран и культур, сохранение культурного наследия приобретает особую актуальность, ведь в противном случае культурный туризм может утратить свою значимость. И здесь индустрия гостеприимства, в частности отели, может сыграть значительную роль. Отели подобного рода могут служить хранителями культурного наследия, предлагая туристам не просто место для ночлега, но и уникальную возможность погрузиться в атмосферу местности. Они позволяют гостям ближе познакомиться с традициями, искусством и историей региона. Такой подход не только выделяет их среди других гостиниц, но и способствует развитию местной культуры, предлагая посетителям оригинальные номера и атмосферу.

Концепция отеля-музея предполагает превращение гостиничного пространства в площадку для презентации культурных ценностей и традиций. Это можно реализовать несколькими способами. Первым делом стоит обратить внимание на исторические здания, то есть здания с богатой историей сами по себе являются ценными артефактами. Сохранение их первоначального облика, деталей интерьера и архитектурных особенностей позволяет гостям ощутить атмосферу ушедших эпох. К тому же, можно стилизовать номера и общественные зоны под определённую историческую эпоху или культурную традицию, что позволит создавать увлекательные истории, связанные с историей отеля и его местоположением.

Гостиница легко может превратиться в выставочный зал: картины, антиквариат или редкие реликвии дают гостям возможность изучить историю и культуру места, где они остановились. Но не только интерьер играет роль – атмосферу создают и события. Лекции, мастер-классы, камерные концерты или небольшие выставки становятся мостиком к традициям региона и делают отель центром живого общения и передачи знаний. А кухня, пожалуй, лучше всего говорит о культуре. Старинные рецепты и локальные продукты в меню превращают обычный ужин в путешествие во времени. Отель таким образом преобразуется из простого места проживания в центр культурного развития, активно участвуя в сохранении и популяризации наследия. Такой подход придает особую значимость для путешественников, желающих не только насладиться комфортом, но и получить глубокое знакомство с культурой.

Отличным примером данного подхода является отель «Эрмитаж». Это не просто гостиница с названием, отсылающим к знаменитому музею, а проект, который официально поддерживается Государственным Эрмитажем. Располагаясь в особняке XIX века в самом сердце Санкт-Петербурга, отель позиционирует себя как продолжение музейного пространства [1]. Интерьеры номеров и общественных зон выполнены в духе имперской России: здесь можно увидеть репродукции произведений искусства, мебель, изготовленную по эскизам итальянских мастеров, и декоративные элементы, напоминающие о дворцовых интерьерах.

Остановившись в отеле «Эрмитаж», гости погружаются в настоящее культурное приключение. Им предоставляется уникальная возможность посетить Эрмитаж без очередей, а также принять участие в специальных экскурсиях и мероприятиях, разработанных музеем. Такой подход не только обеспечивает высокий уровень комфорта, удовлетворяя эстетические потребности туристов, но и дает возможность почувствовать себя не просто гостем, а участником богатого мира искусства и истории, который хранит в своих стенах Эрмитаж.

Ещё один интересный пример – гостиничный комплекс «В некотором царстве», который находится на 13-м километре Солотчинского шоссе под Рязанью [2]. Этот комплекс – яркое воплощение отеля, основанного на богатом русском фольклоре и традициях. В отличие от «Эрмитажа», который ориентируется на высокое искусство, «В некотором царстве» погружает

гостей в атмосферу русских народных сказок. Территория и постройки выполнены в стиле древнерусского городка с резными теремами, башнями, мостиками и сказочными персонажами. Каждый элемент оформления здесь отсылает к былинам и сказкам. Домики носят названия, знакомые с детства, – «Избушка на курьих ножках», «Домик Лешего» и другие. Комплекс активно продвигает народные промыслы и традиции, устраивая для гостей мастер-классы, фестивали и тематические мероприятия. «В некотором царстве» – это не просто место для отдыха, а настоящий центр культурного просвещения, где можно прикоснуться к наследию, ощутить себя героем сказки и узнать больше о народных традициях.

Также стоит упомянуть гостиницу «Бристоль» в Таганроге. Она расположена в историческом центре города и является примером бережного отношения к архитектурному наследию. В 1867 году купец Перушкин заказал возведение двухэтажного каменного дома [3]. В начале XX века, в 1903 году, братья Багдасаровы превратили это строение в гостиницу, назвав ее «Бристоль». Здание, выполненное в стиле русского классицизма, и сейчас сохраняет дух ушедшей эпохи и множество деталей, рассказывающих о его насыщенной истории. На фасаде по-прежнему красуется старинная табличка с именами прежних хозяев.

Сейчас «Бристоль» – не только место для ночлега, но и своеобразный архитектурный музей, где каждый элемент, будь то лепной орнамент на фасаде или детали интерьера, повествует о прошлом города и его традициях. Пример отеля «Бристоль» показывает, как бережное отношение к историческим зданиям может превратить их в важные центры культурного туризма. Посетители не только могут остановиться в них на ночлег, но и ощутить атмосферу прошлого, проникнуться духом региона.

За рубежом концепция музей-отелей тоже получила широкое развитие, причём реализуется она с большим разнообразием форм. Так, в Турции «Museum Hotel» в Каппадокии сочетает в себе восстановленные исторические пещеры, особняки и дома, где размещены сотни артефактов – от хеттской, римской, сельджукской и османской эпох – не только в общественных зонах, но и в номерах, создавая эффект «живого музея» [4]. В Мексике Belmond Casa de Sierra Nevada в Сан-Мигель-де-Альєнде находится в шести колониальных особняках XVI-XVII веков: старинные фасады, фонтаны, фрески, внутренние дворы и декоративные элементы – всё это оформлено так, что сам отель становится продолжением исторического центра города [5]. В Норвегии Utne Hotel, открытый ещё в 1722 году, работает как гостиница, сохраняя множество антикварных предметов и художественных деталей интерьеров, и дополнительно сотрудничает с местными мастерами: некоторые номера оформляются в сотрудничестве с художниками региона, отражая культурную традицию и визуально усиливая историческую идентичность [6]. Такие гостиницы не просто предлагают ночлег, они вовлекают гостя в историю места, делают из пребывания познавательный и эстетический опыт.

В наше время, где сетевые отели предоставляют одинаковый сервис по всему миру, именно самобытность и неповторимая атмосфера становятся ключевым преимуществом. Отели, которые бережно хранят и демонстрируют культурное наследие, предлагают гостям не просто место для пребывания, а целый спектр эмоций и впечатлений, превращаясь в пункт назначения для путешественников.

Развитие концепции отелей-музеев может быть стимулировано рядом мер. В первую очередь, государство может создать комплексную программу поддержки собственников исторических зданий, предусматривающую налоговые послабления и гранты на реставрацию. Это поспособствует росту числа исторических комплексов, трансформируемых в музей-отели, и распространению этой идеи по всей территории страны, тем самым улучшая условия пребывания для туристов. Во-вторых, целесообразно поощрять партнёрство отелей с представителями местного сообщества, т. е. историками, краеведами, артистами и так далее. Такое сотрудничество позволит разрабатывать оригинальные культурные проекты. В-третьих, важно, чтобы каждый такой проект включал в себя образовательную часть – гости должны иметь возможность не только любоваться достопримечательностями, но и погружаться в историю и культуру региона, чему может поспособствовать размещение информационных стендов, баннеров, интерактивных экспозиций внутри отеля. В таком случае отель превратится в музей, где каждый визит станет не просто отдыхом, но и увлекательным путешествием в мир культуры, традиций и истории региона. К тому же, по моему убеждению, отели, оформленные в стиле культуры своего региона, действительно эстетически приятнее и интереснее, нежели классические постмодернистские интерьеры, особенно в случае путешествия в другую часть света.

Таким образом, отели, такие как «Эрмитаж», «В некотором царстве», «Бристоль» и другие, демонстрируют разнообразие вариантов реализации идеи отель-музея, адаптируя их к локальным особенностям и потребностям целевой аудитории. В одном случае речь идёт об интеграции всемирно известными культурными брендами, в другом - о погружении в атмосферу народного творчества и старинных обычаев. Оба этих подхода говорят о том, что гостиничный бизнес действительно может играть значительную роль в сохранении и распространении культурных ценностей. Этот подход может принести не только финансовую выгоду, но и привлечь туристов, ищущих и релаксации, и личностного роста.

Библиографический список:

1. Гостиница «Эрмитаж». Официальная страница Государственного Эрмитажа. // URL: https://thehermitagehotel.ru/ (дата обращения: 11.09.25)
2. В некотором царстве. Официальный сайт. URL: https://v-nek-tsarstve.ru/ (дата обращения: 11.09.25)
3. Отель Бристоль. Официальный сайт. // URL: https//bristolhotel.ru/ (дата обращения: 11.09.25)

4. Museum Hotel - Philosophy: Responsible and Luxury // Museum-Hotel, Cappadocia, Turkey. // URL: https://www.museumhotel.com.tr/en/museum-hotel/philosophy-responsible-and-luxury (дата обращения: 11.09.2025).
5. Belmond Casa de Sierra Nevada // Wikipedia. // URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Belmond_Casa_de_Sierra_Nevada (дата обращения: 11.09.2025).
6. Utne Hotel (1722) // Historic Hotels Worldwide. // URL: https://www.historichotels.org/press/press-releases/2022-top-25-historic-hotels-worldwide-most-magnificent-art-collections-list-is-announced (дата обращения: 11.09.2025).

Тренды программ лояльности персонала организаций сферы креативных индустрий в посткризисный период

П. Н. Губанов
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Trends in staff loyalty programs in creative industries organizations in the post-crisis period

Petr N. Gubanov
Russia, The St. Petersburg, The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *Креативные индустрии в России в течение последних 5 лет сталкиваются с рядом проблем, в числе которых, одной из самых важных оказывается найм и удержание ценных сотрудников. Компании внедряют программы лояльности, чтобы привлекать и удерживать сотрудников. Однако, ввиду различных кризисов, организациям приходится перестраивать свой подход. В рамках данной работы разобраны такие тренды изменений программ лояльности, как сотрудничество с вузами и возвращение программ распределения, усиленная забота о ментальном здоровье сотрудников, а также изменение методов материального стимулирования.*
Ключевые слова: *Креативные индустрии; креативный класс; Россия; лояльность; персонал организаций; Covid-19; посткризисный период.*
Abstract. *Creative industries in Russia have been facing a number of challenges over the past 5 years, one of the most important of which is hiring and retaining valuable employees. Companies implement loyalty programs to attract and retain employees. However, due to various crises, organizations have to restructure their approach. This paper examines such trends in loyalty program changes as cooperation with universities and the return of placement programs, increased concern for the mental health of employees, as well as changes in methods of material incentives.*
Keywords: *creative industries; creative class; Russia, loyalty; staff of organizations; Covid-19; post-crisis period.*

В течение последних 5 лет креативные индустрии в России сталкиваются с новыми вызовами в подборе персонала и его удержании. В рамках данной работы предпринята попытка структурировать ключевые тренды по работе с программами лояльности персонала в России в контексте организаций из сферы креативных индустрий.

Сервис SuperJob провёл опрос, в котором приняли участие 1000 представителей HR-служб по всей стране. В рамках данного исследования нас интересуют компании из сферы креативных индустрий. В данном случае, IT и сфера услуг подходят под этот критерий. Ссылаясь на исследование, констатируем, что IT в ответе на вопрос о восстановлении программы распределения в вузах, отвечает утвердительно – 46 %, а в 29 % случаев уже сотрудничает с вузами по вопросам трудоустройства. В случае со сферой услуг, сотрудничающих с вузами в разы меньше – 9 %, тогда как желающих примерно такое же количество – 49 % [2]. Количество желающих ввести программу распределения, в среднем по всем компаниям растёт – в

2023 году составлял 51 %, в 2024 году составил 53 %. Исследователи отмечают, что процесс построения сотрудничества с вузами в большей степени в ведении больших компаний численностью от 1000 человек. Поскольку состав креативных индустрий, в основном, составляют компании малого бизнеса [4]. Мы предполагаем, что процесс сотрудничества с вузами для данных индустрий ещё только предстоит.

Логичным продолжением тенденции 2022 года, в связи с кадровым голодом по всей стране – рост зарплат. Значительная часть работодателей, 57 %, повышали или индексировали оклады в последние полгода. Несмотря на этот тренд, материальный стимул не признаётся работодателями надёжным инструментом повышения мотивации [3].

Частью других форм материального стимулирования становится обучение за счёт работодателя (51 %) [3]. Данный тренд интересен, с учётом того, что креативные индустрии страдают от отсутствия профильного образования у сотрудников [1, С. 7-9].

Ещё одним важным трендом становится забота о ментальном здоровье сотрудников. Поскольку для сотрудников это является решающим фактором при выборе работодателя, организации стараются следить за ментальным здоровьем команды, внедрять сервисы в этой области и предоставлять услугу консультаций с психологом, наряду со стандартными полисами дополнительного медицинского страхования. Малые предприятия, у которых нет больших ресурсов для организации подобных мероприятий за счёт компании, тратят много сил на организацию комфортного психологического климата в команде, что позволяет снижать текучесть кадров [3].

Таким образом, основываясь на данных исследований выводим ряд важных трендов, таких как: сотрудничество с высшими учебными заведениями, как важную составляющую программ лояльности на будущее, мониторинг и забота о ментальном здоровье сотрудников.

Материальное стимулирование также является важной составляющей программ лояльности, но не ключевой. Общий тренд говорит о том, что это необходимость для креативных индустрий, без которой привлекать и удерживать сотрудников будет сложнее. Одной из эффективных форм материального стимулирования становится обучение за счёт работодателя, особенно актуальное в креативных индустриях.

Библиографический список:

1. Креативный класс России: портрет в цифрах / М. А. Гершман, А. В. Демьянова, Е. Ю. Полякова – Научный дайджест. Спецвыпуск, 2023. – 16 с.
2. Каждый второй работодатель – за возврат к системе распределения выпускников вузов, каждый девятый уже сотрудничает с университетами // URL: https://www.superjob.ru/research/articles/114890/kazhdyj-vtoroj-rabotodatel/, (дата обращения: 09.03.2025).
3. Программы мотивации меняются в ответ на кадровый голод // URL: https://www.vedomosti.ru/ideas/management/articles/2024/06/26/1046418-programmi-motivatsii-menyayutsya-v-otvet-na-kadrovii-golod, (дата обращения: 09.03.2025).

4. Креативный сектор России в цифрах: 2024 // URL: https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/996745056.pdf, дата обращения: 09.03.2025.

Мост между эпохами: как наследие и технологии создают новый образ Японии

В. И. Карпенкова, А. С. Матвеевская
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет

A bridge between eras: how heritage and technology redefine Japan

V. I. Karpenkova, A. S. Matveevskaya
Russia, St. Petersburg, St. Petersburg State University

Аннотация. *Уникальное сочетание культурного наследия и технологического прогресса делает Японию не просто привлекательным туристическим направлением, но и мощным инструментом влияния. Успешно используя туризм как элемент «мягкой силы», Япония умело формирует свой положительный имидж на мировой арене, демонстрируя открытость, гостеприимство и богатое культурное разнообразие. Виртуозно балансируя между прошлым и будущим, Япония продолжает завораживать мир своей самобытностью. От исторических памятников до поп-культуры, от кулинарных изысков до передовых технологий – эта страна предлагает бесконечное множество граней, каждая из которых вносит свой вклад в формирование её неповторимого и привлекательного образа.*

Ключевые слова: *культурное наследие; природное наследие; Япония; имидж государства; туризм; привлекательный образ.*

Abstract. *The unique combination of cultural heritage and technological advancement makes Japan not only an attractive tourist destination, but also a powerful tool of influence. By successfully using tourism as an element of «soft power», Japan skillfully forms its positive image on the world stage, demonstrating openness, hospitality and rich cultural diversity. Masterfully balancing between the past and the future, Japan continues to fascinate the world with its originality. From historical monuments to pop culture, from culinary delights to cutting-edge technology, this country offers an endless number of facets, each of which contributes to the formation of its unique and attractive image.*

Keywords: *cultural heritage; natural heritage; Japan; image of the state; tourism; attractive image.*

Имидж страны – это совокупность представлений, эмоций и оценок, которые складываются у людей за пределами государства. Этот образ формируется под влиянием различных факторов, включая всемирное наследие. Япония - страна контрастов, где древние храмы соседствуют с небоскрёбами, а многовековые традиции переплетаются с цифровыми инновациями. Этот уникальный баланс делает её одним из самых востребованных туристских направлений в мире. В 2023 году страну посетило около 25 млн туристов [6], что подтверждает её статус глобального культурного магнита. Это стало результатом упрощения визового режима, развития инфраструктуры и активного продвижения таких направлений, как Киото, Осака и Хоккайдо.

Япония сохранила 25 объектов Всемирного наследия, включая буддийские храмы Нары и замки эпохи Эдо. Например, Храм Тодай-дзи с гигантской статуей Будды ежегодно привлекает 3 млн посетителей [8]. Эти памятники не только отражают историю, но и служат центрами духовного паломничества. Искусство икэбаны, чайные церемонии и театр кабуки

остаются ключевыми элементами туристских программ. Паломнические тропы Кумано-кодо и 88 храмов Сикоку объединяют духовные практики с экотуризмом. В 2022 году маршруты посетили 1,5 млн человек [4]. Культурное наследие Японии, воплощенное в фестивалях Гион Мацури в Киото и Танабата в Сэндае, служит мостом между прошлым и настоящим. В частности, фестиваль иллюминации в Нагое привлекает внушительное количество посетителей, достигающее 2,2 миллиона человек [5].

Япония в наши дни – это центр передовых технологий и новаторских решений. Столица, Токио, является одним из наиболее прогрессивных мегаполисов в мире. Город поражает воображение небоскребами, ультрасовременными транспортными сетями и неповторимыми районами, такими как Сибуя и Харадзюку, славящимися своими модными тенденциями и молодежной жизнью.

Японская анимация и комиксы – неотъемлемый элемент культурного наследия Японии, оказавший значительное воздействие на искусство как внутри страны, так и за её пределами. Помимо развлекательной функции, эти формы искусства служат инструментом самовыражения, отображая общественные, культурные и исторические особенности японской нации. Манга, представляющая собой японские графические новеллы или комиксы, включает в себя множество направлений: от любовных повестей до фэнтези, приключений и научно-фантастических сюжетов.

Эти японские рисованные истории, которые читают справа налево, следуя старинной традиции Японии, предназначены для различных возрастных категорий, включая детскую, юношескую и взрослую аудитории. Популярность этого культурного феномена вышла далеко за пределы Японии, сформировав глобальное сообщество почитателей. Акихабара в Токио, являющийся центром притяжения для любителей аниме и манги, объединяет представителей этих субкультур из разных уголков планеты. В этом районе расположен Tokyo Anime Center, где проводятся выставки и продаются сувениры, а также множество магазинов, предлагающих мангу, аниме и видеоигры. Кроме того, тематический парк Super Nintendo World в Осаке за первый год работы принял 5 миллионов посетителей.

Аниме, или японская анимация, часто базируется на сюжетах манги. Данный вид искусства включает разнообразные стили и жанры, начиная от детских мультфильмов и заканчивая серьезными драмами и хоррорами. Помимо развлечения, аниме поднимает важные вопросы, такие как дружба, мораль, этика и становление личности. Анимационные фильмы и сериалы, выполненные в стиле аниме, зачастую касаются актуальных социальных проблем, что придает им значимость и вес в глазах зрителей разных возрастов.

Феномен манги и аниме сформировал энергичное и преданное фан-сообщество, охватывающее весь мир. Разнообразные фестивали и конвенты, например, Comic Market (Комикет) в Токио, привлекают огромное количество энтузиастов, которые участвуют в обмене атрибутикой, демонстрируют косплей (перевоплощение в персонажей в костюмах) и делятся впечатлениями

о любимых произведениях. Около 50 000 участников торговли и примерно 550 000 посетителей собираются на протяжении трех дней, причем эти показатели ежегодно демонстрируют тенденцию к росту [2]. Это способствует формированию креативной среды и поддержанию тесного взаимодействия между поклонниками из разных уголков планеты.

Кроме того, путешественники имеют возможность открыть для себя японскую кулинарию, завоевавшую популярность во многих странах. Заведения, специализирующиеся на суши, рамене и других традиционных блюдах, предлагают неповторимый гастрономический опыт. Японская кухня отличается не только превосходными вкусовыми качествами, но и изысканным оформлением, превращая прием пищи в своеобразный культурный ритуал.

Говоря о туризме в Японии, стоит отметить активную роботизацию: отели Henn-na в Нагасаки используют роботов-администраторов; приложение Tokyo Street Museum превращает прогулки по городу в интерактивные экскурсии [3].

Япония доказала, что сохранение культурного наследия и внедрение инноваций не противоречат друг другу. Поп-культура, технологии и бережное отношение к истории создают уникальный туристский объект. Роль туристского сектора в экономическом развитии Японии составляет 1,9 % ВВП Японии, его ежегодные темпы роста составляют 3,6% (данные 2019 года) [1]. Данные приведённой статистики демонстрируют, что власти Японии активно и очень успешно используют туризм как инструмент мягкой силы для улучшения имиджа своей страны за рубежом.

Библиографический список:

1. Асимов В. Р. Роль туристического сектора в развитии экономики Японии 2019 г. // URL: https://www.hse.ru/edu/vkr/296292936 (дата обращения 27.08.2025).
2. Одинцова Н., Дубинский А. Wonder Festival и Comiket. Страна Игр 2007 // URL: https://web.archive.org/web/20130617061345/http://www.gameland.ru/post/38591/ (дата обращения 12.09.2025).
3. Japan Times (2023) AR-Guides in Tokyo // URL: https://www.japantimes.co.jp (дата обращения 12.09.2025).
4. Kyodo News, 2023 // URL: https://english.kyodonews.net/news/2023/12/b05f85226e31-kyodo-news-digest-dec-31-2023--1-.html (дата обращения 01.09.2025).
5. Nagoya Tourism, 2024 // URL: https://www.nagoya-info.jp/en/event/?tdate=2024-11-23 (дата обращения 01.09.2025).
6. NTO** (2024). *Tourism Statistics Report // URL: https://www.jnto.go.jp (дата обращения 27.03.2025).
7. Statista (2024) Impact of Anime Tourism // URL: https://www.statista.com (дата обращения 23.08.2025).
8. UNESCO (2024) World Heritage Sites in Japan // URL: https://whc.unesco.org (дата обращения 27.08.2025).

Перспективы организации новых экскурсионных программ по проекту «Жемчужное ожерелье Петербурга»

О. М. Паскаренко
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет промышленных технологий и дизайна

Prospects for organizing new excursion programs under the Pearl Necklace of St. Petersburg project

O. M. Paskarenko
Russia, St. Petersburg, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматриваются современное состояние и потенциал развития экскурсионных программ в рамках туристского проекта «Жемчужное ожерелье Петербурга», объединяющего пригородные дворцово-парковые ансамбли Петергофа, Царского Села, Павловска, Гатчины и Ораниенбаума. Анализируются существующие форматы экскурсий, выявляются их типовые проблемы, такие как однообразие и перегруженность объектов. Предлагаются конкретные направления для диверсификации экскурсионного предложения через внедрение тематических, событийных, интерактивных и нишевых маршрутов, направленных на повышение туристской привлекательности и равномерное распределение потоков.*
Ключевые слова: *культурный туризм; экскурсионные программы; музеи-заповедники; дворцово-парковые ансамбли; туристский продукт; диверсификация; Санкт-Петербург.*
Abstract: *The article examines the current state and potential of excursion programs within the framework of the tourist project "The Pearl Necklace of St. Petersburg", which unites the suburban palace and park ensembles of Peterhof, Tsarskoye Selo, Pavlovsk, Gatchina, and Oranienbaum. The article analyzes the existing formats of excursions and identifies their typical problems, such as monotony and overcrowding of objects. The paper proposes specific directions for diversifying the excursion offer through the introduction of thematic, event-based, interactive, and niche routes aimed at increasing tourist attractiveness and evenly distributing tourist flows.*
Keywords: *cultural tourism; excursion programs; museum-reserves; palace and park ensembles; tourist product; diversification;Saint Petersburg.*

Туристский проект «Жемчужное ожерелье Петербурга», объединяющий всемирно известные пригородные резиденции – Петергоф, Царское Село, Павловск, Гатчину и Ораниенбаум, является ключевым элементом культурного туризма Северо-Западного региона России [9]. Несмотря на высокую посещаемость, экскурсионное предложение по проекту зачастую характеризуется традиционностью и однотипностью, что приводит к концентрации туристов в пиковые часы у наиболее раскрученных объектов и не позволяет в полной мере раскрыть уникальность каждого ансамбля. В этой связи актуальной задачей становится расширение спектра экскурсионных программ для диверсификации туристского потока, увеличения длительности пребывания и удовлетворенности посетителей.

Несмотря на колоссальный историко-культурный потенциал объектов, входящих в проект «Жемчужное ожерелье Петербурга», анализ рынка экскурсионных услуг выявляет ряд системных проблем, которые тормозят

развитие проекта и не позволяют посетителям получить максимально полное и глубокое впечатление.

Подавляющее большинство предложений от туроператоров, как крупных, так и малых, строится по принципу «максимум достопримечательностей за минимальное время». Это приводит к преобладанию двух ключевых форматов:

1. Краткие обзорные экскурсии по одному объекту («галочный» подход). Как правило, это посещение Большого дворца в Петергофе или Екатерининского дворца в Царском Селе с акцентом на самые известные залы (Тронный, Янтарная комната) и фонтаны. Глубина погружения в исторический контекст при таком подходе минимальна. Посещение сводится к проходу по основным маршрутам в плотном потоке других туристов, что подтверждается данными мониторинга нагрузок музеев-заповедников [8]. Посетитель узнает набор базовых фактов, но не понимает уникальности каждого ансамбля в отдельности.

2. Комбинированные автобусные туры «три дворца за один день». Данный формат, хотя и является экономически выгодным для туроператоров, наиболее проблематичен с точки зрения качества. Как справедливо отмечается в исследовании А. Б. Петровой, «высокая концентрация впечатлений в сжатый временной промежуток приводит к «эффекту наложения», когда воспоминания о разных резиденциях смешиваются, а у туриста возникает чувство эмоциональной и информационной перегруженности» [7, С. 45]. Такие экскурсии носят исключительно поверхностный характер и лишены возможности для неспешной прогулки по паркам, созерцания и личного открытия.

Статистические данные отчетов музеев-заповедников за 2023-2024 гг. демонстрируют значительный перекос в посещаемости [8]:

- Петергоф и Царское Село традиционно принимают до 70-75 % от общего потока туристов, приезжающих в пригороды.

- Павловск и Гатчина, обладающие не менее величественными парками и уникальными дворцами (Гатчинский дворец как замок-крепость). В Павловск в 2024 г. в музее-заповеднике побывали 1,5 млн туристов [4].

- Ораниенбаум (Музей-заповедник «Ломоносов»), обладающий единственным в России дворцовым комплексом, не подвергавшимся разрушению в годы войны и сохранившим подлинную отделку интерьеров (Китайский дворец), посещается менее 5 % туристов. Это связано не с отсутствием притяжения, а с недостаточной информированностью и слабой интеграцией в стандартные экскурсионные маршруты.

Такая диспропорция создает экстремальные нагрузки на инфраструктуру лидеров (очереди, шум, разрушение покрытий) и не позволяет равномерно развивать всю туристскую экосистему региона.

Существующее экскурсионное предложение в значительной степени ориентировано на «усредненного» туриста – взрослого человека, впервые

посещающего регион. Практически отсутствуют специализированные продукты для:

- Семей с детьми: предлагаемые квесты носят, как правило, факультативный, а не основной характер.

- Повторных посетителей: человек, уже видевший Большой дворец, не получает убедительные причины вернуться, чтобы увидеть, например, Фермерский дворец в Петергофе или Приоратский дворец в Гатчине.

- Узкоспециализированных групп (искусствоведов, историков, реставраторов): нет углубленных профессиональных программ.

- Молодежи, ожидающей цифровых и интерактивных форматов взаимодействия с наследием.

Деятельность экскурсионных программ жестко привязана к летнему сезону (май-сентябрь) и периодам школьных каникул. В осенне-зимний период наблюдается резкий спад активности. Это связано с устойчивым стереотипом о том, что пригороды хороши только в солнечную погоду. При этом именно в межсезонье парки приобретают особое очарование, а дворцы, освобожденные от массового наплыва, позволяют провести неторопливую и качественную экскурсию. Однако музеи и туроператоры пока не смогли эффективно донести эту ценность до потребителя и создать адекватное предложение.

Преодоление выявленных системных проблем и реализация колоссального потенциала проекта «Жемчужное ожерелье Петербурга» требуют стратегического перехода от модели массового паломничества к модели диверсифицированного, устойчивого культурного туризма. Это предполагает глубокую трансформацию экскурсионного предложения, основанную на принципах сегментации аудитории, создания уникального туристского опыта (UX) и равномерного распределения потоков. Реализация следующих перспективных направлений позволит не только увеличить количественные показатели, но и кардинально повысить качество и экономическую отдачу от туриндустрии региона.

Ключевым направлением является уход от общих обзорных экскурсий в сторону создания узкотематических продуктов, рассчитанных на конкретные целевые аудитории. Это позволит привлечь повторных посетителей и тех, чьи интересы выходят за рамки стандартной программы [2, С. 98].

- Цикл маршрутов «Архитектурные эпохи в камне» может детально раскрыть уникальность каждого ансамбля: от петровского барокко Петергофа и елизаветинского екатерининского барокко в Царском Селе до строгого классицизма Камерона в Павловске и романтического историзма в Гатчине. Такой подход превратит разрозненные объекты в единое повествование об истории русской архитектуры.

- Тема «Придворная жизнь и частные истории» сместит фокус с парадных залов на личные апартаменты, малые дворцы (Фермерский в Петергофе, Арсенал в Царском Селе) и павильоны. Маршруты, посвященные воспитанию наследников престола, моде, гастрономии, придворным ритуалам

и интригам, создадут эмоциональную связь с историческими персонажами [3, С. 77].

- Развитие специализированных программ по садово-парковому искусству является мощным инструментом для борьбы с сезонностью и привлечения искушенной публики. Это могут быть туры, посвященные истории ландшафтного дизайна, символизму в планировке парков, ботаническим коллекциям оранжерей, а также мастер-классы по историческому садоводству.

Современный турист, особенно молодежь и семейная аудитория, ожидает не просто пассивного получения информации, а активного участия и погружения. Интеграция новых форматов является не опцией, а необходимостью [1, С. 190].

- Технологии дополненной реальности (AR) могут быть использованы для реконструкции утраченных или измененных элементов интерьеров, демонстрации первоначального вида залов, «оживления» портретов. Например, через планшет или смартфон можно увидеть, как выглядела Янтарная комната до реставрации или как проходил бал в Белом зале Павловска.

- Исторические квесты и ролевые игры, разработанные совместно с профессиональными сценаристами и историками, превратят посещение из экскурсии в приключение. Это может быть расследование заговора при дворе, поиск «утерянного» фамильного реликвия или решение инженерных задач по устройству фонтанов Петергофа.

- Профессиональные фототуры в специально отведенные «закрытые» часы с возможностью съемки в исторических костюмах удовлетворят растущий спрос на создание уникального контента для социальных сетей.

Создание круглогодичного цикла ярких событий – наиболее эффективный способ сгладить сезонные колебания и генерировать новые поводы для посещения [6].

Осенне-зимний сезон можно наполнить мероприятиями, обыгрывающими особенности времени года: «Рождественские балы в императорских резиденциях», «Фестиваль света» в парках с видеомэппингом на фасадах дворцов, гастрономические фестивали исторической кухни, театрализованные променады.

Весенне-летний сезон, помимо традиционного открытия фонтанов, может включать фестивали живой музыки в парках (от классики до джаза), недели исторического костюма, экологические мероприятия по возрождению садов.

Для перераспределения туристских потоков в пользу менее популярных объектов необходимы не только маркетинговые усилия, но и инфраструктурные решения [5, С. 93].

- Создание единого транспортного хаба (например, у станции метро «Проспект Ветеранов» или «Автово»), откуда комфортабельные шаттлы будут

следовать по кольцевому маршруту, связывающему все пять резиденций с равной частотой и доступностью.

- Разработка комбинированных билетов («Единый билет Жемчужного ожерелья») на 2-3 дня, дающих скидку на посещение всех объектов и транспорт. Это мотивирует туристов остаться на ночь в Санкт-Петербурге или пригороде, увеличивая средний чек.

- Активное продвижение Ораниенбаума и Гатчины как идеальных локаций для малых групп, ценителей аутентичности и тех, кто избегает толпы.

Реализация предложенных направлений требует консолидированных усилий всех стейкхолдеров: музеев-заповедников, туроператоров, органов власти и научного сообщества. Необходима разработка общей стратегии позиционирования проекта «Жемчужное ожерелье» как единого, но многогранного продукта мирового уровня. Инвестиции в диверсификацию экскурсионного спектра – это инвестиции в устойчивое будущее туриндустрии Санкт-Петербурга, позволяющее сохранить хрупкое культурное наследие для будущих поколений, одновременно повышая его экономическую эффективность и доступность для самых взыскательных аудиторий.

Проект «Жемчужное ожерелье Петербурга» обладает значительным, но не до конца реализованным потенциалом для расширения экскурсионного предложения. Диверсификация программ за счет внедрения тематических, интерактивных и событийных форматов позволит решить ключевые проблемы: равномерно распределить туристские потоки, снизить сезонную нагрузку, повысить экономическую эффективность всех участников проекта и удовлетворить растущий спрос на персонализированные и глубокие туристские впечатления. Реализация предложенных мер требует координации усилий музеев-заповедников, туроператоров и органов власти для создания единого, но разнообразного продукта, укрепляющего позиции Санкт-Петербурга как ведущего культурного центра мирового уровня.

Библиографический список:

1. Ванеева О. В. Комплексное использование интерактивных технологий в рамках музейного пространства [Электронный ресурс] / О. В. Ванеева // Культура и искусство. – 2022. – № 5. – С. 189-196. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksnoe-ispolzovanie-interaktivnyh-tehnologiy-v-ramkah-muzeynogo-prostranstva (дата обращения: 14.09.2025).

2. Кузнецова Е. Л. Критерии выбора петербуржцами дворцовых комплексов Санкт-Петербурга для экскурсионного осмотра [Электронный ресурс] / Е. Л. Кузнецова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – Т. 15. – № 4. – С. 85-96. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-vybora-peterburzhtsami-dvortsovyh-kompleksov-sankt-peterburga-dlya-ekskursionnogo-osmotra/viewer (дата обращения: 14.09.2025).

3. Лаврова А. Н. Перспективы развития экскурсионно-познавательного туризма в пригородных музеях-заповедниках Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] / А. Н. Лаврова // Вестник Герценовского университета. – 2023. – № 8. – С. 145-156. // URL: https://lib.herzen.spb.ru/text/lavrova_8_38_145_156.pdf (дата обращения: 14.09.2025).

4. Леусская Л. Павловск отчитался первым: для музеев-заповедников осень – время подводить итоги сезона [Электронный ресурс] / Людмила Леусская// СПб Ведомости. – 2024. // URL: https://spbvedomosti.ru/news/culture/pavlovsk-otchitalsya-pervym-osen-dlya-muzeev-zapovednikov-vremya-podvodit-itogi-sezona/ (дата обращения: 14.09.2025).

5. Назарова А. Ю. Стратегия сохранения силуэта исторического города на примере Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] / А. Ю. Назарова // Градостроительство и архитектура. – 2022. – № 3(52). – С. 91-96. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-sohraneniya-silueta-istoricheskogo-goroda-na-primere-sankt-peterburga (дата обращения: 14.09.2025).
6. Сердюкова Н. К. Современные стратегии развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] / Н. К. Сердюкова, С. Д. Сердюков // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 6(155). – С. 291-297. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-strategii-razvitiya-biznesa-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva (дата обращения: 14.09.2025).
7. Скобкин С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022.
8. Специализированный фонд целевого капитала государственного музея-заповедника «Петергоф»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ, 2024. // URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7807290100_fond-tselevogo-kapitala-gmz-petergof (дата обращения: 14.09.2025).
9. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]: утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р // КонсультантПлюс. // URL: https://docs.cntd.ru/document/555906672 (дата обращения: 14.09.2025).

Интерактивный характер музейного тура для детско-подростковой аудитории (на примере однодневного тура «Пастур» Сыктывдинского музейного объединения)

Е. П. Шеболкина[1], В. Н. Муравьев[2], А. В. Муравьева[1]
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики[1]
Россия, Республика Коми, Сыктывдинское музейное объединение[2]

The interactive nature of a museum tour for children and adolescents (using the one-day "Pastur" tour from the Syktyvdin Museum Association as an example)

E. P. Shebolkina[1], V. N. Muravyov[2], A. V. Muravyova[1]
Russia, St. Petersburg, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics[1]
Russia, Komi Republic, Syktyvdin Museum Association[2]

Аннотация. *В статье описывается разработанный Сыктывдинским музейным объединением туристский маршрут «Пастур» для детско-подростковой аудитории, представляющий собой комбинацию автобусного путешествия по трем населенным пунктам и интерактивных экскурсий в музеях. Описаны интерактивные технологии вовлечения детей и подростков в освоение музейного пространства, изложены некоторые элементы сценариев квестов, позволяющих через решение различных головоломок и задач на более эмоциональном уровне погрузиться в освоение краеведческого материала.*
Ключевые слова: *интерактивные технологии в туризме, интерактивная экскурсия, музейный квест, сценарии квеста как способ погружения в культуру региона, игра «раскопки древних ящеров», песочная анимация, инсценирование сказки, проектирование памятного знака о туре и его тиражирование.*
Abstract. *The article describes the "Pastur" tourist route developed by the Syktyvdin Museum Association for children and adolescents, which is a combination of a bus tour through three towns and interactive museum tours. Interactive technologies for engaging children and adolescents in exploring museum spaces are described, and several elements of quest scenarios are outlined, allowing them to immerse themselves in the exploration of local history material on a more emotional level through solving various puzzles and tasks.*
Keywords: *interactive technologies in tourism, interactive excursion, museum quest, quest scenarios as a way of immersing oneself in the culture of a region, game "excavations of ancient lizards", sand animation, staging a fairy tale, designing a commemorative sign about a tour and its replication.*

Современные музеи активно используют интерактивные технологии, которые позволяют посетителям взаимодействовать с экспонатами и более эмоционально воспринимать информацию. Особенно актуальны интерактивные технологии в ознакомлении детей и подростков с музейными экспозициями. По мнению исследователей, язык и контекст музея достаточно сложны для ребенка, поэтому лучшее понимание достигается через игру в интерактивной форме, через активное участие. Дети и подростки намного успешнее понимают и запоминают материал, изучаемый посредством активного вовлечения. Внедрение интерактивных технологий позволяет решить эти проблемы, повышая доступность информации и удобство ее восприятия [1].

В туриндустрии также активно внедряется новый формат проведения туров и экскурсий, который включает в себя использование интерактивных технологий. Их применение особенно актуально для культурно-познавательного или экскурсионного туризма, когда туристы посещают исторические, архитектурные, культурные и иные достопримечательности с целью удовлетворения потребности познания. К числу интерактивных форматов относятся квесты, костюмированные экскурсии, шоу-перфомансы [2].

Сыктывдинское музейное объединение активно использует в своей работе и особенно в работе с детьми и подростками интерактивные технологии погружения в музейное пространство. В условиях ограниченного количества турпродуктов в Республике Коми, и располагая тремя музеями в уникальных локациях одного из районов Республики Коми, Сыктывдинское музейное объединение разработало туристский маршрут «Пастур» для детско-подростковой аудитории, как наиболее адекватной целевой аудитории, заинтересованной в культурно-познавательном туризме. Тур рассчитан на один день и представляет собой комбинацию автобусного путешествия по трем населенным пунктам и интерактивных экскурсий в музеях.

Название тура емкое и смысловое – пас в переводе с коми означает знак, символ.

В музее истории и культуры Сыктывдинского района имени Эмилии Алексеевны Налимовой села Выльгорт гостей встретит живой кот Пас, посетители увидят волшебную ступу с коми пасами, исполняющую желания, познакомятся с очевидными и неочевидными символами района: людьми, артефактами.

В Ыбском историко-краеведческом музее имени Александры Александровны Куратовой гости увидят знаки, оставленные древними ящерами, тысячи лет назад обитавшими на территории современного Ыба, знаки легендарного народа чудь, ушедшего под землю.

В доме-музее Прометея Ионовича Чисталева в поселке Нювчим участники тура будут расшифровывать символику коми музыкальных инструментов и смогут подобно мастерам Нювчимского чугунолитейного завода отлить памятные знаки о прошедшем туре!

Учитывая принципиальную значимость в работе с детской и подростковой аудиторией интерактивного характера вовлечения в освоение музейных артефактов, Сыктывдинское музейное объединение спроектировало подобный формат погружения в музейное пространство в ходе тура для более эмоционального постижения музейных коллекций. Знакомство с ними основано на принципе «Hands On! (руки включить)» [3] и дополняется принципом «включить интеллект и эмоции».

Туристский маршрут «Пастур» начинается в Музее истории и культуры Сыктывдинского района им. Э. А. Налимовой в селе Выльгорт – центральном музее Сыктывдинского музейного объединения. Музей располагается в здании Выльгортского двухклассного Земского училища – памятнике

архитектуры, объекте культурного наследия регионального значения, выполненном в национально-романтическом («петушином») стиле русской архитектуры.

В фойе музея посетителей встретит настоящий музейный кот Пас – лауреат множества российских премий, герой книг и фильмов.

После краткой обзорной экскурсии по залам музея, участникам будет предложено пройти мини-квест в картинной галерее и большой квест в «Комнате семейных тайн и легенд».

Квест как увлекательная сюжетная игра даст возможность участникам насладиться интерактивом, так как необходимо будет решить ряд головоломок, пройти различные испытания, погрузиться в атмосферу поиска и открытий.

К примеру, разминочный квест в картинной галерее не только знакомит с картинами коми художников, запечатлевших на своих полотнах красоту северной природы и уникальность быта коми народа, но и погружает в исторические реалии прошлого.

Квест начинается с записки с заданием: «Найдите картину с изображением охотника в зимней одежде».

Участники находят картину Ф. Д. Сметанина «Мой дед». За картиной записка с новым заданием: «Найдите в галерее предмет, без которого коми охотник никогда бы не отправился на промысел».

Участники должны отыскать охотничий посох – койбедь, который использовался для опоры во время ходьбы на лыжах, во время стрельбы, которым добывали воду зимой, прорубив лед на озере или реке.

Под посохом – новая записка с заданием: «Перед вами описание музейного экспоната: Резервуар металлический, никелированный на фигурной ножке. Сверху к резервуару присоединена металлическая горелка, с круглыми сквозными отверстиями в нижней части и зубчатым венчиком со сквозным декором. В нижней части горелки вставлен металлический стержень с колесиком, предназначенный для регулирования фитиля. Поверх горелки вытяжное стекло. Найдите этот предмет в галерее».

Гости находят керосиновую лампу и под ней новую записку с заданием: «Найдите картину, на которой этот предмет изображен».

Участники квеста находят исполненную невероятного драматизма картину Н. В. Мальцева «Извещение», на которой изображена женщина, получившая извещение о гибели супруга на Великой Отечественной войне. В записке за картиной пояснение, что прототипом для художника послужили ыбские женщины, получавшие такие трагические извещения, и дается задание отыскать картину Н. О. Полина «Ыб».

В очередной записке за картиной информация о фронтовике Н. О. Полине, его портрет и новое задание. Так, выполняя задуманные сценарием квеста задания, участники в игровой форме получают полезную и интересную краеведческую информацию, имеют возможность подержать в

руках музейные артефакты, что создает особую атмосферу «погружения» в старину и глубоко личностного восприятия культуры народа коми.

Второй квест предполагает, что группа туристов входит в «Комнату семейных тайн легенд», которая закрывается на замок извне. Группе необходимо найти второй ключ внутри комнаты, чтобы выйти из нее.

Экскурсовод, закрытый вместе с группой, даёт первую подсказку – указывает на стрелку. Стрелка указывает на настенный шкафчик, за дверцей которого спрятан ребус. Зашифровано слово «лупа». Группа должна найти в зале лупу.

С помощью нужно лупы прочитать слово «туес», написанное мелким шрифтом (туес – традиционная коми круглая высокая посуда из бересты для хранения продуктов).

Далее экскурсовод предлагает группе найти туес в зале, чтобы получить следующую подсказку. В туесе – загадка:

«Всем, конечно, пригодится
Эта сложная вещица.
Стоит кнопочку нажать,
Можно каждого догнать,
Вдруг заставить замереть,
Можно ближе рассмотреть»

Группа должна найти в зале старинный фотоаппарат, под которым спрятана записка: «Найдите то, зачем нужен фотоаппарат, рассмотрите внимательно, так вы найдёте следующую подсказку».

Группа должна обратить внимание на черно-белое фото в рамке, на котором изображен солдат с чемоданом в руке. Подсказка – чемодан.

В старинном чемодане, находящемся в зале, группа находит паззлы. Сложив их, гости узнают, на какой следующий предмет необходимо обратить внимание.

Так, выполняя задания квеста, группа находит ключ и выбирается из комнаты, при этом знакомство с традиционной утварью народа коми, его бытом и реальными предметами старины идет легко и непринужденно.

Далее маршрут продолжится по пути в село Ыб. В ходе путешествия туристов ждет увлекательная экскурсия «Люди света» с викторинами, розыгрышами и призами.

В селе Ыб туристы сначала заезжают на излучину реки Сысолы, где археологи обнаружили следы древних ящеров, обитавших в этих краях много тысяч лет тому назад. В Ыбском историко-краеведческом музее Сыктывдинского музейного объединения участникам тура будет предложено провести «раскопки останков древних ящеров» путем поиска мини-макетов скелета динозавров в ящиках с песком, попробовать свои силы в рисовании динозавров из песка на светящейся поверхности (песочная анимация). Также запланировано посещение воссозданной чудской землянки на территории музея.

Посещение села Ыб завершается заездом в Финно-угорский этнокультурный парк на обед.

Далее маршрут ведет в поселок Нювчим. И опять туристов ждет увлекательная экскурсия «От городища Каръюр до заводского поселка» с викторинами, розыгрышами и призами.

В Нювчиме туристы сначала посещают развалины некогда знаменитого Нювчимского чугунолитейного завода. В доме-музее Прометея Ионовича Чисталева Сыктывдинского музейного объединения гости знакомятся с коми музыкальными инструментами: интерактивный характер знакомства позволяет подержать их в руках, выдвинуть гипотезы о функциональном назначении каждого, ведь изначально они выполняли бытовые функции в домашнем хозяйстве и на охоте. Далее собирается оркестр из участников тура и с помощью коми музыкальных инструментов инсценируется сказка «Весна пришла».

В память о туре группе дается возможность спроектировать на компьютере памятный знак о путешествии и отлить (распечатать) его на 3D-принтере. Пока идет печать, гости завершают тур чаепитием с особенными нювчимскими калачами.

Таким образом, все путешествие и экскурсии основаны на интерактивных технологиях, что дает возможность детям и подросткам освоить большой объем краеведческого материала через решение познавательных задач, пополнить свою историко-культурную «картину мира» и при этом получить массу положительных эмоций и прекрасно отдохнуть.

Информация о туре для размещения на сайте Сыктывдинского музейного объединения, на турагрегаторах

Место начала тура:

Село Выльгорт, музей истории и культуры Сыктывдинского района им. Э.А. Налимовой

Время начала тура:

9.00

Длительность:

1 день

Стоимость:

3000 рублей с чел.

Краткое описание:

09-00 – Посещение музея истории и культуры Сыктывдинского района им. Э. А. Налимовой в селе Выльгорт.

В музее нас встретит генеральный директор музея – живой кот Пас, о котором пишут книги и снимают фильмы, и, возможно, он даже проведет экскурсию (если не будет сильно занят)! Сначала мы пройдем небольшой квест в картинной галерее. А дальше нас ждет более серьезный квест «Закрытая комната», выбраться из которой можно только выполнив задания и

найдя ключ. В этой комнате нас ждет волшебная ступа с коми пасами, исполняющая желания.

10.30 – Отправление в село Ыб, путевая экскурсия «Люди света».

11.30 – Посещение историко-краеведческого музея села Ыб.

Сначала мы заедем на излучину реки Сысола, где археологи обнаружили следы древних ящеров, обитавших в этих краях много тысяч лет тому назад. В музее мы, подобно археологам, проведем «почти реальные раскопки» и найдем своих ящеров. У нас будет магическая возможность изобразить динозавров из песка. Мы сможем почувствовать себя легендарной чудью, посетив во дворе музея воссозданную чудскую землянку.

13.00 – Обед или свободное время в Финно-угорском этнопарке (по желанию за дополнительную плату).

14.00 – Отправление в поселок Нювчим, путевая экскурсия «От городища Каръюр до заводского поселка».

15.00 – Посещение дома-музея П. И. Чисталева в поселке Нювчим.

Сначала мы увидим развалины Нювчимского чугунолитейного завода, а позже, в музее, попробуем себя в роли мастеров, выплавляющих памятные изделия. Мы познакомимся с коми музыкальными инструментами, которые собрал П.И. Чисталев и организуем небольшой оркестр, чтобы сыграть на них. Завершим наш тур чаепитием с особенными нювчимскими калачами.

17.00 – Отправление в Сыктывкар.

18.00 – Ориентировочное время прибытия.

В стоимость включено:

- Транспортное обслуживание на большом комфортабельном туристическом автобусе
- Профессиональное экскурсионное обслуживание: услуги гида-сопровождающего и гидов в музеях
- Все входные билеты по программе
- Чай с нювчимскими калачами

Дополнительно (по желанию):

- обед в Финно-угорском этнопарке – 350 руб/чел. Меню стандартное комплексное (салат, суп, горячее с гарниром, хлеб, чай/морс)

Рекомендации:

Одежда по погоде, удобная обувь – есть объекты на открытом воздухе

Библиографический список:

1. Иванова Е. В., Линник В. Ю. Интерактивные средства и методы в музейной работе с детьми // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnye-sredstva-i-metody-v-muzeynoy-rabote-s-detmi.
2. Пученкова Д. С., Анисимов Т. Ю. Интерактивные технологии в индустрии туризма // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnye-tehnologii-v-industrii-turizma.
3. Прокудина Д. А. Современные подходы к работе музея с детьми и подростками: интерактивность, соавторство, сотворчество // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-rabote-muzeya-s-detmi-i-podrostkami-interaktivnost-soavtorstvo-sotvorchestvo.

Опыт Испании в продвижение культурно-исторического наследия посредством социальных сетей и медиа в туризме

Е. А. Шеховцова[1], А. А. Смирнова[2]
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики[1]
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет[2]

Spain's experience in promoting cultural and historical heritage through social networks and the media in tourism

E. Shekhovtsova, A. Smirnova
Russia, The St. Petersburg, Saint-Petersburg University of Management Technologies and Economics
Russia, The St. Petersburg, Saint-Petersburg State University

Аннотация. *Рассмотрено понятие продвижения и его функционал, понятия медиа и социальных сетей. Разобраны медиа ресурсы и социальные сети Испании, и их влияние на продвижение среди путешественников. Сформированы основные направления и инструменты продвижения через социальные сети по средствам вовлекающего контента, способного привлечь молодое поколение туристов в страну, а также отмечено, что данная стратегия является актуальной в современных реалиях. Приведена статистика по использованию социальных сетей в Испании.*
Ключевые слова: *Испания; продвижение; социальные сети; медиа; туризм; путешественники; визуальный контент; влияние.*
Abstract. *The concept of promotion and its functionality, the concepts of media and social networks are considered. The media resources and social networks of Spain and their impact on promotion among travelers are analysed. The main directions and tools of promotion through social networks have been formed by means of engaging content that can attract the younger generation of tourists to the country, and it is also noted that this strategy is relevant in modern realities. Statistics on the use of social networks in Spain are provided.*
Keywords: *Spain; promotion; social networks; media; tourism; travelers; visual content; influence.*

В экономике многих государств важную роль играет туризм и продвижение страны на туристических рынках. Развитие туристической отрасли является перспективным направлением в мировой экономике, способное внести положительные изменения в устройство различных сфер жизни граждан. Испания – страна, занимающая большую часть Пиренейского полуострова и имеющая богатую историю, берущую своё начало во 2 тысячелетии до нашей эры. На данных территориях сформировались обширный фонд исторических памятников, знаковых мест и особый культурный код страны. Испания по праву считается одним из самых ярких, оригинальных и весёлых государств Европы. Кроме того, благодаря своему тёплому климату, удобному расположению и колориту она имеет стабильно высокий спрос среди туристов со всего мира [3]. Последние годы Испания успешно использует обширный арсенал цифровых средств для создания и продвижения своего туристического продукта на мировом рынке.

Продвижение – это совокупность разнообразных методов и инструментов, позволяющих эффективно вывести товар или услугу на рынок, стимулировать их продажи и создать устойчивый круг лояльных потребителей. Средства продвижения выполняют широкий функционал:

- образуют определённый образ;
- информационное сопровождение;
- формирование узнаваемости;
- поддержание популярности;
- создают заинтересованность потребителя.

Продвижение товаров или услуг на рынках осуществляется через использование различных инструментов. Маркетинговые инструменты – это общая программа маркетинговых коммуникаций продавца с потребителем. Возможно использование нескольких маркетинговых инструментов, дополняющих друг друга, для достижения наиболее высоких результатов. Выбор того или иного инструмента продвижения или их комбинации зависит от каждого конкретного случая.

Медиа и социальные сети в настоящее время являются одними из самых востребованных средств продвижения. Медиа – это совокупность средств и каналов коммуникации, а также создаваемая ими среда (медиапространство), которые служат для передачи информации от её источника к целевой аудитории. Наиболее известный пример медиа – средства массовой информации (СМИ). Социальная сеть – это интерактивные онлайн-платформы и вэб-сайты, созданные для общения, обмена информацией и построения социальных связей между людьми через сеть Интернет. Любое продвижение чего-либо должно строиться на основе глубокого анализа рынков, целевых аудиторий, рентабельности проекта и так далее, и сопровождаться конкретной маркетинговой стратегией и целями [2; 4].

В современном мире социальные сети и медиа не только имеют большое влияние на продвижение, но и играют огромную роль в формировании образа как товаров и услуг, так и городов и целых стран. Благодаря широкому доступу к информации и возможности сразу же выражать свои эмоции через функционал социальных сетей, они стали излюбленным маркетинговым инструментом. Медиа и социальные сети способны расширить аудиторию как внутреннего туриста, так и иностранного. Современные туристы всё чаще пользуются рекомендациями о выборе места для путешествия и принимают решение под давлением мнения большинства в сети Интернет, что укрепляет авторитет сетей [1].

Для увеличения туристических потоков, особенно среди молодого поколения, Испания активно продвигает свой турпродукт посредством цифровых платформ. В 2002 году был создан проект «La Marca España», который находится под управлением Министерства иностранных дел страны и направлен на формирование положительного имиджа королевства на мировой арене во всех сферах жизнедеятельности человека. Также для продвижения страны на мировом туристическом рынке функционирует сайт

туристического портала Испании, на котором публикуется актуальная информация о национальных праздниках и гуляниях, туристические маршруты и исторические места страны. Данный сайт является отличным примером популяризации культуры, природного и архитектурного наследия страны, в особенности небольших её городов, завоевывающих любовь туристов. В данном медиа особый упор идёт на популяризацию устойчивого туризма, памятников ЮНЕСКО и культурных маршрутов Испании [2; 3].

Туризм напрямую связан с опытом и эмоциями, а социальные сети являются идеальным инструментом для общения с путешественниками. Платформы, которые основывают свой контент на обмене привлекательными изображениями и видео, позволяют показывать впечатляющие пейзажи, продвигать туристическую деятельность или рекламировать местную гастрономию, стимулируя воображение и желание потребителя. Для этих целей в Испании активно используются следующие социальные сети: Instagram[1], Facebook[1], X (Twitter), YouTube и TikTok. Данные платформы отлично подходят для привлечения интересна молодого поколения через публикации наиболее «цепляющего» эмоционально-насыщенного визуального контента. Основная тенденция в социальных сетях последние несколько лет – это короткие вертикальные видео с минимальным количеством текста под ним. Снимая подобные видео про исторические места Испании под популярный звукоряд, с использованием последних трендов, данный формат позволяет привлечь и заинтересовать аудиторию. Также для более подробного описания какой-либо достопримечательности или целого города можно использовать систему регулярных постов в формате фотографий, подходящих под тематику, с большими текстами. На технические характеристики накладываются психологические особенности потребителей контента, в частности, культура «Fear of missing out» (страх упустить), которая порождает, особенно у молодой аудитории, чувство, что чего-то не хватает, одновременно подпитывая желание или потребность туристов жить опытом, который они видят через экран. Ещё одним инструментом привлечения с точки зрения маркетинга и коммуникации, является сотрудничество с влиятельными лицами и блогерами, которые обеспечивают обратную связи с ключевой аудиторией. Немаловажную роль здесь играет формат публикуемого контента. Он должен быть вовлекающим, чтобы алгоритмы социальных сетей помогали продвижению. Вовлекающий контент – это материалы (тексты, фото, видео, интерактивы), которые стимулируют аудиторию не просто потреблять информацию, но и взаимодействовать: ставить лайки, комментировать, делиться и сохранять публикации. Его цель – вызвать эмоциональный отклик, создать связь с аудиторией, укрепить лояльность и сформировать сообщество, а также положительно повлиять на алгоритмы социальных сетей.

Отличная возможность, предоставляемая социальными сетями с коммерческой точки зрения, заключается в возможности охвата миллионов людей, а также возможность сегментировать аудиторию и ориентироваться на

[1] Социальная сеть принадлежит компании Meta, признанной экстремистской в РФ

конкретные ниши. Таким образом, туристические компании выстраивают свои сообщения в зависимости от интересов, возраста, географического положения или поведения целевой аудитории, увеличивая влияние своих кампаний и улучшая конверсию. Кроме того, они позволяют оптимизировать кампании на основе данных и SEO-позиционирования, способствуя набору клиентов из поисковых систем. Данные инструменты должны работать в совокупности и будут считаться эффективными при постоянном добавлении нового контента на страницу в социальной сети. Главная задача для достижения результата – постоянные публикации вовлекающего контента [6].

Сегодня цифровой маркетинг стал незаменимым для сектора туризма и гостеприимства в Испании. Популярность социальных сетей среди испанских интернет-пользователей достигает 86 % (около 30,5 миллионов человек), а контент о путешествиях и туризме является одним из наиболее востребованных. Визуальные и мобильные социальные сети доминируют в цифровой стратегии туризма и гостеприимства в 2025 году. Согласно исследованиям, Instagram является предпочтительной платформой для испанских компаний (используется 64 % из них), за ней следует TikTok с 58,4 %. Напротив, такие сети, как Snapchat или Tumblr, гораздо реже используются сектором (около 10 % или менее). Около 48 % компаний в Испании делают ставку на социальные сети в качестве основного канала для привлечения клиентов. Это отражает поиск туристических брендов платформ с наибольшей активной базой пользователей и потенциалом взаимодействия [8].

Преимущества использования социальных сетей в туризме заключаются, прежде всего, в объеме и качестве осуществляемой коммуникации, что способствует как формированию лояльности, так и расширению клиентской базы. Этому во многом способствует создание аутентичного контента: фотографии тех же туристов, известные как пользовательский контент (UGC), являются мощной формой маркетинга. Туристы, которые делятся своим опытом в социальных сетях, становятся амбассадорами мест назначения и предлагаемых тур. услуг.

Согласно исследованиям, 89 % туристов используют социальные сети, чтобы вдохновиться, прежде чем выбирать место для отдыха. Контент, созданный туристами, составляет 70 % бесплатной рекламы в социальных сетях. Каждый раз, когда посетитель публикует в них фотографию, используются хэштеги и геопозиция, что помогает повысить видимость страны [6].

Развитие социальных сетей изменило способ продвижения направлений, услуг и впечатлений в туризме. Однако, чтобы в полной мере использовать данный потенциал, важно правильно работать с платформами и, прежде всего, иметь эффективную маркетинговую стратегию цифрового туризма. Наибольший потенциал для развития туристической отрасли в современных реалиях имеет продвижение стран посредством медиа и социальных сетей. Испания, как страна с богатой исторической составляющей, активно

популяризирует свои культурно-исторические ресурсы с использованием цифровых инструментов. Особенно эффективны они при работе с молодым поколением, которое тратит много свободного времени на социальные сети и охотно следует всевозможным трендам, в том числе и в туризме.

Библиографический список:

1. Вигель Нарине Липаритовна, Роль медиа и социальных сетей в формировании образа города и его туристической привлекательности // Сервис +, 2024, № 1. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-media-i-sotsialnyh-setey-v-formirovanii-obraza-goroda-i-ego-turisticheskoy-privlekatelnosti (дата обращения: 09.09.2025).
2. Министерство иностранных дел Испании – [сайт] // Мадрид, 2025 . // URL: https://www.exteriores.gob.es/ca/Paginas/index.aspx (дата обращения: 10.09.2025).
3. Официальный туристический портал Испании – [сайт] // Мадрид, 2025. // URL: https://www.spain.info/ru/kalendar/ (дата обращения 09.09.25).
4. Социальная сеть // Словарь маркетолога – [сайт], Москва, 2025. // URL: https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-soczialnaya-set/#anchor-1(дата обращения: 09.09.2025).
5. Чеснокова О. С., Сущность и основные способы продвижения продукции предприятия // Экономика и социум, 2013, № 2-3 (7). // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-osnovnye-sposoby-prodvizheniya-produktsii-predpriyatiya (дата обращения: 08.09.2025).
6. Cómo Aumentar el Turismo Rural con la Ayuda de las Redes Sociales – [сайт] // Испания, 2024 // URL: https://gymkanaturistica.com/como-aumentar-el-turismo-redes-sociales/ (дата обращения: 18.09.2025).
7. Sergio Coloma, El impacto de las redes sociales en el turismo: cómo han transformado el sector – [сайт] // Мадрид, 2025. // URL: https://evercom.es/blog/impacto-redes-sociales-turismo/ (дата обращения: 15.09.2025).
8. Tendencias de Uso de Redes Sociales en el Turismo y la Hostelería de España – [сайт] // Севилья, 2025 // URL: https://socialdoor.es/te-ayudamos/tendencias-de-uso-de-redes-sociales-en-el-turismo-y-la-hosteleria-de-espana/ (дата обращения: 16.09.2025).

Азербайджан глазами русских туристов

Г. Г. Магеррамова, Л. Г. Гужова
г. Владимир, Российская Федерация, «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых» (ВЛГУ)

Azerbaijan through the eyes of russian tourists

G. G. Magerramova, L. G. Guzhova
Vladimir, Russian Federation, Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs (VLGU)

Аннотация. *В этой статье рассматривается культурное наследие Азербайджана и восприятие страны русскими туристами. Работа включает в себя описание достопримечательностей, традиций и обычаев страны как объекты привлечения внимания туристов с разных стран мира, в особенности, приезжих из России. Цель статьи — показать, как развивается туристический обмен между странами, а также выявить ключевые факторы, способствующие привлечению российских туристов в эту уникальную страну с богатой историей и культурой.*
Ключевые слова: *Азербайджан; культурное наследие; туризм; русские туристы; уникальная страна; Новруз; событийный туризм; природа; ЮНЕСКО; оздоровительный туризм; Баку.*
Abstract. *This article considers the cultural heritage of Azerbaijan and the perception of the country by Russian tourists. The work includes a description of the sights, traditions and customs of the country as objects of attracting the attention of tourists from around the world, especially visitors from Russia. The purpose of the article is to show how the tourist exchange between the two countries is developing, as well as to identify key factors contributing to attracting Russian tourists to this unique country with a rich history and culture.*
Keywords: *Azerbaijan; cultural heritage; tourism; Russian tourists; unique country; Novruz; event tourism; nature; UNESCO; health tourism; Baku.*

Азербайджан, расположенный на стыке Востока и Запада, представляет собой уникальное сочетание природной красоты, богатого культурного наследия и исторических памятников. Эта республика, омываемая водами Каспийского моря и окруженная величественными Кавказскими горами, является настоящей сокровищницей для людей, стремящихся понять сложные культурные и исторические процессы региона.

Культура Азербайджана – это синтез восточных и западных влияний. Музыка мугама, представляющая собой сложный жанр традиционной музыки, танцы и народные праздники, азербайджанская кухня, славящаяся своими разнообразными блюдами, играют важную роль в культурной жизни страны.

В последние десятилетия Азербайджан активно развивает свою экономику и инфраструктуру. Баку стал современным мегаполисом с небоскребами и инновационными проектами, такими как Огненные башни и Центр Гейдара Алиева, при этом сохраняя исторические памятники культуры, хранящие в своих стенах память народа.

Именно поэтому с каждым годом популярность Азербайджана растет в глазах туристов с разных стран мира, а особенно эта уникальная страна

приковывает к себе взгляды русских туристов, жаждущих окунуться в ее культуру и многогранность.

Культура Азербайджана, сформировавшаяся под влиянием различных значимых для страны исторических событий, вобрала в себя элементы персидской, арабской и тюркской традиций. В этом и заключается все многообразие культурного наследия страны, привлекающее внимание туристов из разных стран, в частности, из России. Одной из самых любимых традиций азербайджанского народа является празднование Новруза – персидского Нового года, который в 2009 году был включен в репрезентативный список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО [8]. Думаю, многие знают или когда-либо слышали про этот праздник, когда на протяжении 2 недель на главных улицах и площадях проходят праздничные массовые мероприятия, включающие концерты, ярмарки и народные забавы, такие как, прыжки через тонгал как символ «сжигания» накопленного негатива и папаг атмак (papaq atmaq) – процесс кидания шапок, когда дети, часто в деревенской местности, кидают свои шапки во двор соседа и хозяева дома должны наполнить ее приготовленной выпечкой, всевозможными сладостями, орехами. Тут мы и подобрались к особенно важной части в праздновании – выпечкам и приготовлениям сладостей. Шекербура, пахлава, гогал, шорцорек – причины, по которой все, от самых малых до взрослых, с нетерпением ждут этот праздник. Украшением стола в этот день является также сямяни – зеленые ростки пшеницы, которые проращивают за несколько дней до начала празднования и украшают различными элементами декорирования (ленточки, цветочки и т. д.). Каждого русского туриста удивляют и привлекают традиции этого праздника, чем и можно объяснить повышающийся интерес как к данному торжеству, так и к культуре целой страны. По словам главы пресс-службы МИД страны Хикмета Гаджиева, сегодня туристический сектор Азербайджанской Республики очень динамично развивается, и первое место по турпотоку как раз занимают россияне [5]. Этот праздник является одним из причин наплыва туристов в Азербайджан в рамках событийного туризма.

Интерес вызывает и другое торжество, зародившееся относительно недавно, всего лишь с 2006 года, – праздник граната в живописном Гёйчае. Это событие посвящено истинному «королю плодов» – гранату. В дни празднования центральная аллея города преображается в яркий восточный карнавал красок и вкусов. Здесь можно встретить десятки сортов гранатов и всё то, что из них делают. Рядом раскинулись лавки мастеров, представляющих изделия ручной работы: картины, сотканные из живых гранатовых зёрен, украшения из золота, мягкие узорчатые ковры, вкуснейшие сладости, яркие платки и расписные сувениры. Воздух наполняют ароматы орехов, специй и терпких восточных блюд, приготовленных по старинным рецептам. Но праздник не ограничивается лишь ярмарочной суетой: здесь и весёлые конкурсы с подарками, и мелодичные песни, под который кружится народ, и спортивные состязания. Гранат здесь – больше, чем плод.

В азербайджанских народных преданиях он символизирует любовь и страсть, а среди верующих олицетворяет вечность. Ежегодно фестиваль собирает вместе местных жителей и русских туристов, превращаясь в живительный источник вдохновения и дружбы, объединяя сердца любовью к традициям и восхищением природой края. Именно поэтому ЮНЕСКО признало его ценность, включив в 2020 году в Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества [9].

Музыкальные фанаты получают особое удовольствие на фестивале «Жара», организуемом российским и азербайджанским певцом Эмином Агаларовым с 2016 года. Каждый год знаменитости мирового масштаба собираются именно здесь, чтобы подарить 150 000 000 зрителей незабываемое шоу, полное неожиданных сюрпризов и искренних эмоций. Место проведения фестиваля также уникально: на известном курорте Sea Breeze Resort на берегу Каспийского моря в Баку.

Вот мы и приблизились к жемчужине Азербайджана – городу, где старинные улочки Ичери Шехер (Старый город) соседствуют с современными небоскребами, где узкие извилистые переулки ведут мимо средневековых крепостей и мечетей, плавно переходя в широкие проспекты. Если Вам когда-либо в жизни доводилось побывать в Баку, то Вас точно можно назвать счастливчиком, ведь данный город – это удивительное переплетение древности и современности, восточных традиций и западных инноваций, создающее неповторимый колорит, поражающий контрастами и притягивающий туристов со всего света. Каждый, кто хоть раз побывал в Баку отмечает, что прогулка по Старому городу – это погружение в атмосферу средневековой архитектуры, где можно увидеть Девичью башню и дворец Ширваншахов [7].

Современные районы Баку, включая знаменитые Огненные башни и Центр Гейдара Алиева, спроектированный Заха Хадид, вызывают восхищение своим дизайном и инновациями. Русские туристы часто отмечают, что город сочетает в себе восточную экзотику и европейский стиль, создавая уникальную атмосферу.

Именно поэтому, по словам посла Азербайджана в РФ Рахмана Мустафаева, в период с января по сентябрь 2024 года в Азербайджане побывали 564 тыс. россиян, что на 18 % превысило значения аналогичного периода прошлого года. В январе-июле 2025 года же турпоток составил 1 млн 477,9 тыс. человек, 26,1 % которого являются граждане России [6]. А отдельные туроператоры отмечают, что в 2024 году уже отправили в Азербайджан в 3 раза больше русских туристов, чем в 2023 году. И в 2025 году планируют сохранить и преумножить этот результат.

Архитектура страны представляет собой уникальное сочетание стилей, которое восхищает и обвораживает не только приезжих из других стран, но и самих жителей страны. Такие известные объекты, которые включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, как культурный ландшафт наскальных рисунков Гобустана (включен в список в 2007 году), Шеки с ханским дворцом

(с 2019 года), жизнь народа Хыналыг и маршрут перегона скота «Кёч-Йолу» (с 2023 года), а также Гирканские леса (с 2023 года) представляют несомненную ценность, ведь являются настоящими хранителями древней истории человечества. Эти достопримечательности и величественные памятники природы непременно вновь появятся на страницах этой работы, ведь богатство их прошлого и сегодняшнее великолепие позволяют раскрывать новые грани вдохновения и знания.

Находящаяся на севере Азербайджана, Губа, славится своей чарующей природой. Здесь и лес Гечреш с прохладным климатом и густыми деревьями, и село Хыналыг, который считается одним из самых древних постоянно населенных пунктов в мире. Окутанная суровыми вершинами гор, эта местность сочетает в себе первозданную природную красоту и простой образ жизни таких же простых сельчан. Город Гусар же наиболее известен своим туристическим комплексом Шахдаг, привлекающих горнолыжников зимой и поклонников трекинга летом. И, конечно, жемчужина местной природы, водопад Лаза как один из самых поражающих достопримечательностей региона [1]. Именно поэтому многочисленные турагентства активно включают уникальный маршрут Губа-Гусар-Лаза в список обязательных экскурсий для российских путешественников [7]. Впечатления от знакомства с этими волшебными местностями остаются в памяти на долгие годы и передаются из уст в уста. Немало желающих и среди внутренних туристов.

Шеки – один из самых древних и исторических городов Азербайджана, представляющий собой дворец Шекинских ханов, украшенный уникальным витражным искусством. Является объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО. Огромной ценностью для страны является также и село Киш с его древней албанской церковью. Обязательным для упоминания и посещения несомненно можно назвать Габала, место с поистине особенной природой. Когда летний зной, характерный для Азербайджана, становится совершенно невыносимым, люди устремляются сюда, наслаждаясь живительной свежестью горных ветров и чистотой воздуха. Озеро Ноур, с его тишиной и живописными окрестностями, привлекает туристов, ищущих уединения. Ну, а для любителей зимних видов спорта прекрасно подойдет горнолыжный курорт Туфандаг.

Западные регионы Азербайджана богаты как историческими, так и природными красотами. Гянджа будучи одним из древнейших городов Азербайджана хранит на своей территории мавзолей Низами Гянджеви, посвященный великому азербайджанскому поэту. Ханский сад, один из самых красивых парков города, привлекает как местных, так и иностранных туристов [6].

Восточный регион Азербайджана, особенно Апшеронский полуостров, включает столицу страны – Баку. Здесь, Гобустанский культурный ландшафт наскального искусства знаменит своими древними петроглифами и грязевыми вулканами, которые демонстрируют одни из самых ранних следов человечества. Помимо этого, Горящая гора (Янардаг) является одной из

редких достопримечательностей Азербайджана, где природный газовый огонь горит непрерывно на протяжении веков.

Рассмотренные выше города и районы страны являются не только живописными местами с завораживающими пейзажами. Многие русские туристы желают окунуться в историю. Возникающие в голове вопросы о жизни различных народов в древности приводят их в Азербайджан – страну, где каждый регион даст свой ответ. И это еще одна причина, почему путешественники из России выбирают эту уникальную страну для отдыха.

Для туристов, интересующихся природными объектами, особый интерес представляют национальные парки Азербайджана, которые поражают великолепием природы, возможностями и культурного, и активного отдыха для русских туристов.

Зангезурский национальный парк, расположенный на юге Азербайджана, выделяется исключительным богатством своего биологического разнообразия. Это настоящий кладезь редких и находящихся под угрозой исчезновения видов, таких как персидский леопард, безоаровый козел, кавказский муфлон, белохвостый орлан и беркут. Всего в парке зафиксировано присутствие 58 видов животных, причем 39 из них включены в Красную книгу Азербайджана. Великолепный горный ландшафт, покрытые цветами альпийские луга и прозрачные ручьи создают прекрасные условия для развития экотуризма, фотографирования дикой природы и изучения окружающей среды.

Думаю, многие слышали про Ширванский национальный парк, также раскинувшийся на юге страны и покоряющий воображение полупустынными пейзажами, заболоченными территориями и водоемами, привлекающими великое множество пернатых обитателей. Именно здесь открывается одна из наилучших возможностей наблюдать за жизнью животных, в частности, увидеть редкие виды птиц, такие как дрофа, лебеди, розовые фламинго и туринский перепел. Джейраны-газели здесь чувствуют себя как дома – их можно встретить на равнинах парка в любое время года. Необычное сочетание степных равнин и водно-болотных экосистем позволяет считать Ширванский парк ярким примером успешной охраны естественных сред обитания [8].

Уже упомянутый выше Гирканский национальный парк – это изумрудное сердце регионов Ленкорань и Талышских гор, укрывающий таинственный лес, чей возраст исчисляется миллионами лет. Эти леса служат своеобразным природным музеем под открытым небом, вмещая более ста пятидесяти разновидностей древесных пород и кустарников, среди которых встречаются настоящие ископаемые растения вроде железного дерева, гирканского самшита и дуба каштанолистного. Населяют парк представители редчайшей фауны, такие как персидский леопард и легендарный талышский фазан. Благодаря всему этому, Гирканский национальный парк стал любимым маршрутом для энтузиастов экологического туризма, прогулок пешком и научных исследований растительного мира.

Гёйгёльский национальный парк, основанный вокруг живописного озера Гёйгёль, сияет яркой звездой среди природных сокровищ Малого Кавказа. Изумительные леса, сверкающая гладь чистой воды, богатейшая коллекция, из более чем, 420 видов растений и многообразие животного мира образуют неповторимую гармонию природы. В пределах парка проживают бурые медведи, благородные косули, рыси, кавказские олени и целая сотня видов перелётных и постоянных птиц. Озеро Гёйгёль вместе с возвышающимися над ним горами стало желанным местом для русских туристов, жаждущих активного отдыха, захватывающих фото-приключений и единения с природой. Посетители также могут исследовать озеро Маралгёль и другие небольшие озера в этом районе.

Азербайджан, помимо всего, славится также и бальнеологическими курортами, чьи драгоценные минеральные источники и целительная грязь известны далеко за пределами страны.

Самым известным оздоровительным курортом, пожалуй, можно назвать Нафталан, известный своими лечебными нефтяными ресурсами. Санатории здесь предлагают эффективное лечение ревматизма и кожных заболеваний, делая этот регион популярным местом среди русских туристов.

Бальнеологическая здравница Ленкорань с уникальными термальными водами «Истису», применяемыми как наружно, в форме ванн и орошений, так и внутренне. В медицинских программах отелей назначаются нужные курсы при заболеваниях системы кровообращения, костно-мышечной системы, бронхов и легких, ЖКТ, почек, гинекологических и андрологических недугах и многих других. Интересно, что сам город славится также своими чайными плантациями и одним из уцелевших памятников архитектуры на территории Ленкоранской крепости – круглой башней «Зиндан».

А завершить наше путешествие хотелось бы на вкусной ноте, поэтому окунемся в дивный гастрономический мир страны. Начнем, пожалуй, с известного азербайджанского утреннего пира, в центре которого помидор-юмурта, то есть яичница с помидорами, вкус которой знает и ценит каждый приезжий в страну русский турист. В качестве перекуса отлично подойдут кутабы – тонкие пирожки в форме полукруга с начинками из мяса, зелени, творога и т. д. Переходя к обеду, попробуем классику жанра – плов с кусочками мяса, нежными каштанами, изюмом и сухофруктами. А если еще и укрыть это все в лаваш, пропитанный маслом, то можно насладиться шах плова, признанным королем среди всех других вариаций. Местный кебаб заслуживает отдельного внимания: редкий гость покинет Азербайджан, не испытав прелесть нежного, чуть пикантного мяса, приготовленного на горячих углях и сохранившего свою сочность. Самым известным блюдом остается, безусловно, долма – сочная мясная начинка с рисом, завернутая в виноградные листья. Еще больше подсластить свою жизнь можно вареньями из всевозможных фруктов и ягод, заготавливаемых каждой хозяйкой в летний сезон. Страна-сладкоежка подаст к столу также и пахлаву, и халву, и песочное печенье курабье и многое другое. И, естественно, все это с ароматным крепко

заваренным чаем, подаваемым в маленьких стаканных формах – армудах. Чай – нечто большее, чем напиток, это целая церемония, полная особого гостеприимства и теплоты.

Библиографический список:

1. Официальный сайт авиакомпании Азербайджана «AZAL». Места для посещения в Азербайджане. [Электронный ресурс]. // URL: https://www.azal.az/ru/airline/blog/places-to-visit-in-azerbaijan/ (Дата обращения: 02.10.2025).
2. Официальный представитель МИД Азербайджана Хикмет Гаджиев: Россиянам стоит приехать на Новруз в Баку – будет интересно. [Электронный ресурс]. // URL: https://moscow-baku.ru/news/turizm/ofitsialnyy_predstavitel_mid_azerbaydzhana_khikmet_gadzhiev_rasskazal_moskva_baku_pochemu_rossiyanam/ (Дата обращения: 02.10.2025).
3. Российские туристы не теряют интерес к Азербайджану. [Электронный ресурс]. // URL: https://caliber.az/post/rossijskie-turisty-ne-teryayut-interes-k-azerbajdzhanu (Дата обращения: 05.10.2025).
4. Azərbaycan mədəniyyəti haqqında ümumi məlumat. [Электронный ресурс]. // URL: https://azerbaijan.az/information/510 (Дата обращения: 10.10.2025).
5. Turizm xidmətləri Turlar.Az. Quba Qusar Laza turu. [Электронный ресурс]. // URL: https://turlar.az/quba-qusar-laza-turu-105172.html (Дата обращения: 15.10.2025).
6. Turizm xəritəsi. [Электронный ресурс]. // URL: https://azerbaijan.az/ru/tourism (Дата обращения: 10.10.2025).
7. UNESCO World Heritage Centre. Walled City of Baku with the Shirvanshah's Palace and Maiden Tower. [Электронный ресурс]. // URL: https://whc.unesco.org/en/list/958 (Дата обращения: 02.10.2025).
8. UNESCO Intangible Cultural Heritage. Novruz. [Электронный ресурс]. // URL: https://ich.unesco.org/en/RL/nawrouz-novruz-nowrouz-nowrouz-nawrouz-nauryz-nooruz-nowruz-navruz-nevruz-nowruz-navruz-02097#identification (Дата обращения: 06.10.2025).
9. UNESCO Intangible Cultural Heritage. Nar Bayrami, traditional pomegranate festivity and culture. [Электронный ресурс]. // URL: https://ich.unesco.org/en/RL/nar-bayrami-traditional-pomegranate-festivity-and-culture-01511 (Дата обращения: 15.10.2025).

Развитие промышленного туризма на примере разработки тура на рыбоводный завод в Камчатском крае

М. А. Нератова
Россия, Петропавловск-Камчатский, Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга

Developing industrial tourism: A tour to a fish hatchery in Kamchatka Krai

M. A. Neratova
Russia, Petropavlovsk-Kamchatsky, Kamchatka State University named after Vitus Bering

Аннотация. *В статье рассматривается развитие промышленного туризма как перспективного направления внутреннего туризма России на примере разработки экскурсионного тура на рыбоводный завод в Камчатском крае. Раскрываются теоретические основы промышленного туризма, особенности его организации на действующих предприятиях, а также практические аспекты создания маршрута на базе Паратунского экспериментально-производственного лососевого рыбоводного завода. Особое внимание уделяется вопросам безопасности, экологической значимости и образовательного потенциала подобных туров. Сделан вывод о высокой эффективности промышленного туризма как инструмента устойчивого развития и повышения туристической привлекательности региона.*
Ключевые слова: *промышленный туризм; Камчатский край; рыбоводный завод; экскурсионный маршрут; экотуризм; лосось; устойчивое развитие.*
Abstract. *This article examines the development of industrial tourism as a promising area for domestic tourism in Russia, using the example of a guided tour to a fish hatchery in Kamchatka Krai. It explores the theoretical foundations of industrial tourism, the specifics of its organization at existing facilities, and the practical aspects of creating a route based at the Paratunsky Experimental Salmon Hatchery. Particular attention is paid to the safety, environmental significance, and educational potential of such tours. It concludes that industrial tourism is highly effective as a tool for sustainable development and enhancing the region's tourist appeal.*
Keywords: *industrial tourism; Kamchatka Krai; fish hatchery; excursion route; ecotourism; salmon; sustainable development.*

В современных условиях активного развития внутреннего туризма в России всё большее внимание уделяется формированию новых, нестандартных туристических продуктов. Одним из наиболее перспективных направлений становится промышленный туризм – вид познавательных путешествий, основанный на посещении действующих предприятий с целью ознакомления с технологиями, производственными процессами и организацией труда. Этот формат туризма не только выполняет образовательную и просветительскую функцию, но и способствует формированию положительного имиджа региона, повышению инвестиционной привлекательности и популяризации рабочих профессий.

Особый потенциал промышленного туризма проявляется в регионах, обладающих развитой промышленной базой и уникальными природными условиями. Камчатский край, известный своими рыбными ресурсами и аквакультурой, представляет собой одну из наиболее перспективных

территорий для развития туризма данного типа. Здесь сосредоточено множество предприятий, связанных с разведением, переработкой и экспортом рыбы. Среди них особый интерес представляет Паратунский экспериментально-производственный лососевый рыбоводный завод (ЭПЛРЗ) – объект, сочетающий передовые технологии, экологическую миссию и высокую образовательную ценность.

Промышленный туризм в целом прошёл длительный путь становления. В мировой практике первые экскурсии на предприятия появились ещё в XVII–XIX веках, а активное развитие данного направления началось во второй половине XX века, когда промышленные компании начали осознавать имиджевую и коммерческую ценность открытости для посетителей. Сегодня такие страны, как Германия, Чехия, Великобритания и Япония, имеют целые маршруты по промышленным зонам и тематические музеи. В России данный вид туризма только формируется, но уже существует немало успешных примеров, связанных с производствами пищевой, винодельческой и энергетической отраслей.

Развитие промышленного туризма регулируется федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и рядом сопутствующих актов, связанных с промышленной безопасностью, санитарными нормами и охраной труда. Однако правовое регулирование этого сегмента остаётся недостаточно детализированным, что создаёт сложности при организации экскурсий на действующих предприятиях. На практике большую роль играет взаимодействие туроператоров с самими производственными организациями, а также разработка региональных программ поддержки.

С точки зрения классификации, промышленные объекты можно условно разделить по отраслевой принадлежности, степени интерактивности, историко-культурной ценности и формату экскурсионного показа. Рыбоводные заводы относятся к пищевой промышленности и обладают высокой образовательной и экологической значимостью, что делает их особенно привлекательными для туристов, интересующихся устойчивым природопользованием.

Паратунский ЭПЛРЗ, расположенный вблизи посёлка Термальный в Елизовском районе Камчатского края, был построен при участии японской фирмы «Тайе Гёгё» и введён в эксплуатацию в 1993 году. Завод стал первым предприятием региона, внедрившим исландскую технологию выращивания мальков с использованием термальной воды, что позволяет значительно ускорить рост рыбы и повысить её жизнестойкость. Производство включает три цеха – инкубационный, кетовый и кижучевый, где ежегодно выращивается более 19 миллионов мальков, выпускаемых в естественные водоёмы. Предприятие сочетает научные, инженерные и экологические аспекты, благодаря чему становится идеальной площадкой для проведения экскурсионных и образовательных туров.

Разработка концепции промышленного тура на Паратунский ЭПЛРЗ предполагает создание маршрута, сочетающего научно-познавательный, интерактивный и экологический подходы.

Основная цель тура – познакомить посетителей с процессом искусственного воспроизводства лососевых и показать роль современных технологий в сохранении природных популяций рыбы. Целевая аудитория включает любителей природы, студентов биологических и туристских направлений, специалистов рыбной отрасли и семейные группы.

Программа экскурсии строится по принципу полного производственного цикла: от получения воды до выпуска мальков в природную среду. Маршрут включает несколько ключевых этапов: осмотр водоподготовительной станции, посещение инкубационного цеха, знакомство с системой термального подогрева и финальный рассказ о выпуске молоди в реку. Экскурсионное сопровождение сочетает объяснение технологических процессов с демонстрацией оборудования и использованием наглядных материалов – схем, макетов и фотографий. Для повышения вовлечённости туристов возможны элементы интерактива, например, участие в процессе кормления мальков или наблюдение за инкубацией икры.

Организация тура требует особого внимания к вопросам безопасности. Для рыбоводных предприятий характерны риски биологического и технологического характера, связанные с соблюдением санитарных норм, сохранением качества воды и предотвращением стресса у рыбы. Поэтому обязательными являются инструктаж посетителей, наличие санитарных барьеров, использование средств индивидуальной защиты и сопровождение группы сотрудником предприятия. Дополнительно рекомендуется страхование гражданской ответственности организаторов и разработка регламента посещений.

Реализация промышленного тура на базе рыбоводного завода способна решать сразу несколько задач. Во-первых, образовательную – знакомить туристов с биотехнологиями и экологическими процессами. Во-вторых, имиджевую – формировать положительное восприятие рыбной отрасли региона и повышать её престиж. В-третьих, экономическую – создавать дополнительный поток туристов в Елизовский район, развивая местную инфраструктуру и стимулируя смежные отрасли: транспорт, питание, размещение.

Опыт Паратунского ЭПЛРЗ демонстрирует, что даже узкоспециализированные предприятия могут стать полноценными туристическими объектами при грамотной организации маршрута и сотрудничестве с туроператорами. Промышленный туризм в данном случае выступает не только как форма познавательного досуга, но и как инструмент устойчивого развития, способный объединить производство, науку и общество.

Таким образом, развитие промышленного туризма на Камчатке, особенно на примере рыбоводных предприятий, может стать важным

направлением региональной политики. Этот формат позволяет сочетать образовательные и экологические цели, способствует популяризации науки и технологий, укрепляет связь между человеком и природой. Тур на Паратунский рыбоводный завод способен стать не просто экскурсионным маршрутом, а моделью эффективного взаимодействия между туристической и производственной сферами, направленной на сохранение природных богатств и продвижение Камчатского края как уникальной туристической территории России.

Библиографический список:

1. Аноприева Е. В. Промышленный туризм в регионах: тенденции, проблемы, перспективы // Индустрия туризма и сервиса: известность, имидж, инвестиции: Сб. ст. по мат. междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 23.11.2017. / Отв. ред. О. К. Слинкова. – Белгород: НИУ БелГУ, 2017. – С. 111-115.
2. Блинова Е. А., Киреева Ю. А. Организация экскурсий на промышленных предприятиях // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2023. – Т. 17. – № 2. – С. 44-52.
3. Гененко О. Н., Посохова Н. В., Бовкунова Ю. В., Кущенко Е. С. Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона // Инновации и инвестиции. – 2020. № 10. – С. 207.
4. Докашенко Л. В. Полянина С. С. Промышленный туризм как эффективный инструмент развития экономики региона: Формирование рыночного хозяйства: теория и практика: сборник научных статей, выпуск 14 – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2013. – 222 с. – ISBN 978-5-4417-0234-8.
5. Запорожец Г. В., Запорожец О. М. Научные Исследования в области лососеводства на Камчатке // Исследования водных биологических ресурсов Камчатки и северо-западной части Тихого океана. – 2012. – № 25.
6. Ромаденкова Н. Н. Биологическое состояние молоди тихоокеанских лососей, выпущенной с рыбоводных заводов Камчатского края в 2012 году // Вестник Камчатского государственного технического университета. – 2013. – № 26.
7. Официальный сайт ФГБУ «ГЛАВРЫБВОД» // (Электронный ресурс). // URL: https://sv.glavrybvod.ru/rybovodnye-zavody/eplrz-paratunskij/.

Разработка аудиогида на испанском языке для экскурсий в городе Череповце Вологодской области

Д. В. Абдельрахман,
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Е.А. Шеховцова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики
к.филол.н., доцент

The Development of an Audio Guide in Spanish for City Tours in Cherepovets, Vologda Region

D. Abdelrakhman
Russia, The St. Petersburg, The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

E.A. Shekhovtsova
Russia, The St. Petersburg, The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматривается разработка аудиогида на испанском языке для экскурсий по Череповцу – промышленному городу с богатым культурно-историческим наследием. В условиях перспективного роста туристического потока из Латинской Америки и нехватки экскурсоводов, владеющих иностранными языками, использование аудиогидов становится актуальным решением. Авторы предлагают маршрут, включающий 15 ключевых достопримечательностей, с учётом оптимальной длительности, компактности расположения объектов и доступности информации. Материал адаптирован для испаноязычных туристов и в дальнейшем будет размещён на платформе izi.TRAVEL. Внедрение подобных технологий повышает качество экскурсионного обслуживания, обеспечивает комфорт и вовлечённость гостей, способствуя развитию туризма в регионе.*
Ключевые слова: *туризм; экскурсионное обслуживание; аудиогид; испанский язык; современные технологии; достопримечательности; культурно-исторические памятники; экскурсоводы.*
Abstract. *The article discusses the development of an audio guide in Spanish for excursions in Cherepovets, an industrial city with a rich cultural and historical heritage. In light of the promising increase in tourist traffic from Latin America and the lack of guides who can speak foreign languages, the use of audio guides has become an urgent solution. The authors propose a 15-point route that takes into account the duration, location, and information availability of key attractions. The material has been adapted for Spanish-speaking tourists, and it will be available on the izi.TRAVEL platform in the future. The introduction of such technologies improves the quality of sightseeing services, ensures comfort and engagement of guests, contributing to the development of tourism in the region.*
Keywords: *tourism; tour service; audio guide; Spanish; modern technology; attractions; cultural and historical monuments; guides.*

В современном мире туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей, оказывающей существенное влияние на экономику

различных стран. Так, в России отрасль туризма стимулирует рост более 50 других отраслей экономики, создаёт напрямую минимум 2,5 млн рабочих мест, а с учётом смежных отраслей – около 7 млн рабочих мест [2]. По данным Росстата за 2022 год объём оказанных услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопутствующих им услуг составил 217,6 млрд. руб., что на 45% больше по сравнению с 2021 годом [5].

Однако в условиях экономических и политических вызовов, осложнённых пандемией, российская туристическая отрасль претерпела значительные изменения. Если ранее преобладали иностранные путешественники пенсионного возраста из Европы и организованные группы из Китая, то сейчас наблюдается приток индивидуальных туристов из Азии и Ближнего Востока. По оценкам Сергея Войтовича, главы Комитета Российского союза туриндустрии, в ближайшие годы (2025-2026) следует ожидать увеличения числа туристов из Китая, Ирана, ближневосточных государств и Индии. Помимо этого, перспективными направлениями для привлечения туристов видится Латинская Америка и восстановление спроса со стороны европейских стран [3].

В настоящее время почти в каждом регионе России есть возможность организовать для туристов разнообразные экскурсии на различные тематики и в различных форматах. Так, Вологодская область – это регион с богатым культурно-историческим наследием и живописной природой, предлагающий разнообразные возможности для туризма. Излюбленными направлениями для экскурсий в данной области остаются такие города, как Вологда, Кириллов, Белозерск, Великий Устюг, а также Череповец.

В первую очередь Череповец известен благодаря гигантскому металлургическому комбинату, созданному за годы послевоенных пятилеток [4, с. 5]. Тем не менее, Череповецкий район – это больше, чем просто промышленный центр. Он включает в себя целый ряд соседних деревень, в которых сохранившееся церкви напоминают о другой исторической эпохе этих краёв – эпохе богатой духовной культуры [1, С. 5]. Да и в самом городе сохранилось немало красивых культурно-исторических памятников и мест.

Кроме того, Череповец обладает крайне удачным географическим расположением. Находясь в юго-западной части Вологодской области, этот город регионального масштаба выступает в роли важного транспортного узла. Он располагается на пересечении ключевых транспортных артерий, обеспечивающих связь с Москвой, Санкт-Петербургом, Архангельском и другими крупными городами страны. Преимущественное положение на Рыбинском водохранилище даёт Череповцу статус «порта пяти морей», благодаря выходу в Балтийское, Белое, Чёрное, Азовское и Каспийское моря через систему Волго-Балтийского водного пути. Эта связь с северными, южными и западными регионами России делает Череповец стратегически важным для страны. Дополнительным преимуществом является развитая транспортная инфраструктура, включающая в себя крупный железнодорожный узел северной железной дороги и аэропорт,

обслуживающий внутренние, международные регулярные и чартерные рейсы, соединяющие Череповец с различными регионами России, странами СНГ и Европы.

Одной из важных составляющих пребывания туриста является экскурсионное обслуживание. Так, экскурсионное обслуживание в Череповце представлено музейными экскурсиями, обзорными пешеходными и автобусными экскурсиями по историческому центру, реже аудиогидами.

Анализ обзорных экскурсий в Череповце выявляет определённые проблемы. При наличии 32 аттестованных экскурсоводов, в городе ощущается острая нехватка тех, кто может вести экскурсии на иностранных языках. Практика синхронного перевода, используемая для обслуживания иностранных туристов на обзорных пешеходных и автобусных экскурсиях, едва ли может считаться идеальным решением. Подобный метод, безусловно, снижает качество экскурсионного обслуживания, поскольку создаёт помехи для восприятия информации и уменьшает вовлечённость туристов в процесс.

Для улучшения качества обслуживания иностранных гостей считаем, что необходимо внедрить современные технологии, такие как аудиогиды на разных языках, что позволит сделать экскурсии более доступными и комфортными для всех участников экскурсионного обслуживания.

Нами был разработан аудиогид «Знакомство с Череповцом» на испанском языке, направленный на перспективных туристов из стран Латинской Америки.

В данный аудиогид включены следующие достопримечательности города: Воскресенский собор, площадь Революции, дом И. А. Милютина, памятник братьям Верещагиным, Соборная Горка, Памятник Афанасию и Феодосию, Усадьба Гальских, Соборная и Александровская набережная, бывшее здание медицинского училища, здание Череповецкого государственного университета, мемориальный дом-музей братьев Верещагиных, дом купца Степана Демидова, памятник Ивану Андреевичу Милютину.

Кроме того, в ходе разработки гида были учтены: оптимальная продолжительность пешего прохождения маршрута (20-30 минут), охват территории (один район или улица), компактность расположения объектов, объём текста для каждого пункта (150-200 слов) и расстояние между пунктами (не более 200 м).

Полученный материал был разделён на 15 отдельных коротких информационных блоков.

В дальнейшем планируется запись аудиогида носителем испанского языка и его размещение на платформе «izi.TRAVEL».

Можно заключить, что аудиогид на иностранном языке представляет собой ценный и перспективный инструмент, значительно улучшающий туристический опыт и обогащающий посещение достопримечательностей для путешественников со всего мира. Его значимость обусловлена способностью обеспечивать удобство, информативность и создание ярких, запоминающихся

впечатлений, которые формируют позитивное восприятие места и способствуют его дальнейшей популяризации. Кроме того, аудиогид – это не просто альтернатива традиционной экскурсии с гидом, а скорее, её современное и технологичное дополнение, адаптированное к индивидуальным потребностям и предпочтениям современного туриста. Он предоставляет уникальную возможность погрузиться в атмосферу места, изучить его историю и культуру в удобном темпе и на родном или хорошо знакомом языке.

Библиографический список:

1. Брумфилд Уильям К. Череповец. Архитектурное наследие Череповецкого края / Уильям К. Брумфилд; пер. с англ. – М.: Три квадрата, 2017. – 200 с. : ил., фот. – Текст англ., рус. – ISBN 978-5-94607-218-2.
2. Постановление Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от 2 декабря 2020 года № 546-СФ «О развитии внутреннего туризма в Российской Федерации».
3. РСТ: по итогам 2024 года можно будет говорить о перезапуске въездного туризма в России. // URL: https://rst.ru/novosti/novosti-turizma/rst-po-itogam-2024-goda-mozhno-budet-govorit-o-perezapuske-vezdnogo-turizmavrossii.html (дата обращения: 21.07.2025).
4. Рыбаков А. А. Устюжна, Череповец. Вытегра – Л. : Искусство, 1981. – 213 с., 6 л. ил. – (Архитектурно-художественные памятники городов СССР).
5. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2023. // URL: http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2023.pdf (дата обращения: 21.07.2025).

По следам победы на Камчатской земле

И. О. Бондарь
Россия, Петропавловск-Камчатский, Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга

Following the Victory in Kamchatka region

I. Bondar
Russia, Petropavlovsk-Kamchatsky, Kamchatka State University named after Vitus Bering

Аннотация. *Статья посвящена концепции тура, посвященному памятным местам, которые связаны с событиями Великой Отечественной войны. Жители Камчатки не только уходили на фронт, но и активно работали на благо Родины. Порт Петропавловска-Камчатского был опорным оп доставке грузов по лend-лизу. В связи с 80-летием Дня Победы нами был разработан тур, во время которого туристы смогут узнать о событиях 1941-1945 гг. на камчатской земле, об участниках трудового фронта, вкладе Камчатки в общую Победу, как жители региона хранят память о подвигах предков.*
Ключевые слова: *Камчатка; события Великой Отечественной войны на Камчатке; город воинской славы; Курильский десант; патриотический туризм.*
Abstract. *This article explores the concept of a tour dedicated to memorial sites associated with the events of the Great Patriotic War. Kamchatka residents not only went to the front but also actively worked for the good of their homeland. The port of Petropavlovsk-Kamchatsky was a hub for the delivery of Lend-Lease goods. In honor of the 80th anniversary of Victory Day, we developed a tour that will allow tourists to learn about the events of 1941-1945 in Kamchatka, the participants of the labor front, Kamchatka's contribution to the overall Victory, and how the region's residents preserve the memory of their ancestors' exploits.*
Keywords: *Kamchatka; events of the Great Patriotic War in Kamchatka; city of military glory; Kuril landing; patriotic tourism.*

Ровно 80 лет назад завершилась Великая Отечественная война – самая кровопролитная война в истории человечества. Хотя её огненное дыхание не коснулось камчатской земли в прямом столкновении, её отпечаток навсегда запечатлён в каждом камчатском городе, на каждой улице, в каждом доме, в каждой судьбе. Камчатский край внёс свой колоссальный вклад в общую Победу, и сегодня мы должны отдать дань уважения героям, чьи подвиги стали залогом мира на нашей земле.

Мы гордимся тем, что 3 ноября 2011 года указом Президента Российской Федерации городу Петропавловску-Камчатскому было присвоено высокое звание – «Город воинской славы» [4]. Однако в силу нашей географической удалённости, о подвигах камчатцев говорят, к сожалению, не так широко, как о подвигах жителей центральной России. Даже многие местные жители – недостаточно осведомлены об этом важнейшем фрагменте истории нашей малой родины.

Камчатка, безусловно, ассоциируется с уникальной, захватывающей природой, что обуславливает высокий интерес к экологическому туризму. Но, признаться, о патриотическом туризме, о турах, посвященных нашей героической истории, знают немногие. А ведь нам есть что показать, что

рассказать, чем гордиться! Камчатка – это не только вулканы и гейзеры, это ещё и земля, закалённая в горниле войны, земля великих свершений.

Именно поэтому мы решили разработать концепцию трёхдневного патриотического маршрута по Камчатскому краю, который может станет важным шагом в развитии этого перспективного направления туризма в нашем регионе. В течение этого тура гости смогут совершить увлекательное путешествие во времени, посетив два города, побывав в музеях, у величественных памятников и мемориалов, и, главное, – глубоко проникнуться духом истории Камчатки, осознать вклад камчатцев в Великую Победу. Этот маршрут – это не просто экскурсия, это возможность прикоснуться к подвигу, ощутить связь времен и проникнуться гордостью за нашу великую Родину.

День 1. Приезд всех участников. Ключевым аспектом является организация комфортного прибытия и акклиматизации участников. Перелёт до Камчатского края – процесс, безусловно, требующий особого внимания, учитывая его значительную продолжительность (около 9 часов) и потенциальные физиологические нагрузки, связанные со сменой часовых поясов.

С учётом этих факторов, программа первого дня разработана как адаптационный период, направленный на минимизацию негативного воздействия перелёта.

После размещения в комфортабельной гостинице города Петропавловска-Камчатского, гостям будет предоставлено время для отдыха и восстановления сил. Этот период имеет решающее значение для успешной адаптации к новым климатическим условиям и часовому поясу.

Во второй половине дня, в целях ненавязчивого знакомства с регионом и формирования первичного представления о его историческом наследии, запланирована ознакомительная прогулка по живописной Авачинской бухте в сопровождении высококвалифицированного гида, обладающий глубокими знаниями истории Камчатки.

В ходе прогулки будут освещены ключевые этапы освоения полуострова, оборона Петропавловска-Камчатского в Крымской войне, а также представлена информация о его стратегической роли в период Второй мировой войны и Великой Отечественной войны

Во второй день патриотического маршрута наша программа предполагает углублённое погружение в историю Камчатского края, акцентируя внимание на ключевых событиях и персоналиях, внесших вклад в общую Победу.

Утро начнётся с посещения Музея Боевой Славы [2], где участникам будет предложена экскурсия. Экспозиция музея представляет собой ценный источник информации о различных аспектах истории полуострова, включая:

историю освоения Камчатки, культуру и этнографию её коренных народов. Участие Камчатки в Великой Отечественной войне, сведения о Курильской десантной операции. Детальный анализ военной операции, в

которой принимали участие камчатские подразделения, и её значения для завершения Второй мировой войны.

После экскурсии в формате диалога «на равных» состоится встреча с ведущим краеведом, который поделится своими знаниями и ответит на вопросы участников. Этот формат предусматривает возможность углубленного обсуждения наиболее интересных аспектов истории, обмена мнениями и получения экспертных оценок.

После обеда, запланирована поездка в колхоз имени Ленина [3]. Выбор данного объекта обусловлен его исторической значимостью. В годы Великой Отечественной войны колхоз имени Ленина являлся важным пунктом приема грузов по программе ленд-лиза из США. Гости получат возможность узнать о логистике, о значении поставок продовольствия и техники для обеспечения обороноспособности страны. Представим гостям информацию о рыбодобывающей отрасли в военные годы. Участники ознакомятся с методами добычи рыбы и работой специалистов, узнают о том, как рыболовецкий флот Камчатки перешел на круглогодичный лов, удвоив добычу в годы ВОВ. Посещение колхоза им.Ленина позволит гостям не только прикоснуться к истории, но и понять вклад тружеников тыла в победу.

Завершающей точкой маршрута станет посещение парка Победы и памятника Труженикам Тыла. Здесь состоится церемония возложения цветов к мемориалу, сопровождаемая минутой молчания в память о героях, отдавших свои жизни за свободу и независимость нашей Родины. Данное мероприятие имеет огромное значение для патриотического воспитания и формирования чувства гордости за вклад Камчатки в Великую Победу. По завершении официальной части программы участникам будет предоставлено свободное время для самостоятельной прогулки по парку Победы или возвращения в гостиницу для отдыха

Третий, завершающий день нашего патриотического маршрута, посвящён углубленному изучению вклада города Елизово в общую Победу и практическому участию в сохранении памяти о героях Великой Отечественной войны. Начало дня будет ознаменовано посещением Елизовского краеведческого музея. В ходе экскурсии участники познакомятся с историей города Елизово, его социально-культурным развитием, а также с участием жителей города в Великой Отечественной войне.

Далее, для укрепления связи с местным сообществом, участники посетят Елизовский районный клуб по работе с ветеранами, где примут участие в мероприятии, получившем название «Чтение Победы». Это мероприятие позволит гостям услышать поэзии военных лет от артистов, спортсменов и активистов района.

После обеда в молодёжном центре «Юность» запланирован показ документального фильма «Код доступа: Дальневосточная победа» [1], посвящённого Курильской десантной операции и Победе над милитаристской Японией. Просмотр фильма позволит участникам закрепить свои знания о

событиях, завершивших Вторую мировую войну, и понять стратегическую значимость Дальневосточного региона.

В завершении программы участникам будет предложено практическое участие в восстановлении мемориального комплекса елизовчанам – участникам Великой Отечественной войны. Данное мероприятие предполагает, в частности, подкраску и обновление надписей на мемориале. Эта акция будет способствовать консолидации усилий по сохранению памяти о героях, воспитанию чувства уважения к истории и позволит гостям ощутить личную сопричастность к общему делу.

Завершение этого тура подчеркивает важность практического участия в сохранении исторической памяти, взаимодействии с местным сообществом и формировании патриотических ценностей. Такой подход позволяет создать не только интересные, но и социально значимые туристические продукты, способствующие развитию военно-исторического туризма в Камчатском крае.

Библиографический список:

1. Документальный фильм «Код доступа: Дальневосточная Победа» // URL: https://vk.com/video-81675082_456245579 (дата обращения 15.09.2025 г)
2. Сайт музея боевой славы войск и сил на северо-востоке РФ. // URL: https://idemvmuzei.ru/catalog/museum/muzej-boevoj-slavy-vojsk-i-sil-na-severo-vostoke-rf (дата обращения 15.09.2025 г)
3. Сайт рыболовецкого колхоза им.Ленина // URL: http://kolhozleninakamchatka.ru/ (дата обращения 15.09.2025 г)
4. Указ Президента Российской Федерации О присвоении г. Петропавловску-Камчатскому почетного звания Российской Федерации "Город воинской славы" от 3 ноября 2011 года № 1458. // URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102151588 (дата обращения 15.09.2025 г)

Туризм как фактор сохранения культурного наследия Донецкой Народной Республики

С. Н. Голубничая,[1] К. С. Казакова,[1] Е. А. Шеховцова [2]
Россия, Донецк, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила-Туган-Барановского» [1]
Россия, Санкт-Петербург, ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»[2]

Tourism as a factor in preserving the cultural heritage of the Donetsk People's Republic

S. N. Golubnichaya,[1] K. S. Kazakova,[1] E. A. Shekhovtsova [2]
Russia, Donetsk, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail-Tugan-Baranovsky»[1]
Russia, Saint Petersburg, Private Educational Institution of Higher Education «Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics»[2]

Аннотация. *Донецкая Народная Республика обладает значительным туристским потенциалом. В регионе расположено более трех тысяч памятников истории и культуры, археологии, архитектуры, семнадцать государственных музеев, многочисленные культовые сооружения. Однако, обладая богатым культурным наследием, республика сталкивается с множеством вызовов, включая экономические трудности и последствия конфликта. В этом контексте туризм может стать важным инструментом для сохранения и популяризации региона. Рассмотрены проблемы развития туризма в Донецкой Народной Республике. Отмечена необходимость комплексных программ по развитию устойчивого туризма как фактора сохранения культурного наследия.*
Ключевые слова: *Донецкая Народная Республика; туризм; туристско-рекреационный потенциал; памятники; культурное наследие; муниципальный округ, городской округ.*
Abstract. *The Donetsk People's Republic has significant tourism potential. The region has more than three thousand monuments of history and culture, archeology, architecture, seventeen state museums, and numerous religious buildings. However, with its rich cultural heritage, the Republic faces many challenges, including economic difficulties and the consequences of the conflict. In this context, tourism can become an important tool for the preservation and popularization of the region. The problems of tourism development in the Donetsk People's Republic are considered. The need for comprehensive programs to develop sustainable tourism as a factor in preserving cultural heritage was noted.*
Keywords: *Donetsk People's Republic; tourism; tourist and recreational potential; monuments; cultural heritage; municipal district; urban district.*

Культурное наследие является важной составляющей идентичности народа и играет ключевую роль в формировании его исторической памяти. Культурное наследие включает в себя материальные и нематериальные аспекты, такие как памятники архитектуры, традиционные ремесла, фольклор и обычаи [4]. Сохранение этих элементов необходимо для передачи исторической памяти будущим поколениям [2]. В ДНР исторические памятники и культурные традиции представляют собой не только ценности для местного населения, но и могут привлечь внимание туристов [1; 3].

Целью данной работы является рассмотрение роли туристско-рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики для сохранения ее культурного наследия.

Донецкая Народная Республика находится на юго-западе России. История ДНР богата и многогранна, что нашло отражение в ее туристско-рекреационных ресурсах.

В Донецкой Народной республике на государственном учете находится 3079 памятников истории и культуры. Среди памятников археологии (1938 единиц) есть крупнейшее в Европе костище – памятник времен позднего палеолита в Амвросиевском муниципальном округе. В основном памятники археологии представлены стоянками и курганами. В одном из них, расположенном на территории Шахтерского муниципального округа, был найден золотой скифский шлем, датируемый IV в. до н. э.

Памятники монументального искусства в основном представлены объектами, посвященными Великой Отечественной войне. В Шахтёрском муниципальном округе расположен Мемориальный комплекс «Саур-Могила». Здесь в 1943 г. шли ожесточенные бои Донбасской наступательной операции за овладение стратегической высотой. В 1967 г. на кургане был создан мемориальный комплекс, который почти полностью был разрушен в 2014 г. в ходе боевых действий. В 2024 г. мемориал был восстановлен и дополнен элементами, отражающими историю создания ДНР.

Мемориальный комплекс «Твоим освободителям, Донбасс» расположен в Донецке. Комплекс был создан в 1984 г. Его центром являются 36 метровые фигуры шахтера и солдата, которые вместе держат меч острием вниз. На мемориальных досках, расположенных у основания монумента, увековечены имена освободителей Донбасса. В составе комплекса с 2012 г. действует Музей Великой Отечественной войны. Часть экспозиции музея в виде боевой техники, с помощью которой освобождали Донбасс, расположена под открытым небом. В 2015 г. был открыт памятник погибшим гражданам ДНР, в 2022 г. – памятник Неизвестному солдату. Рядом расположены памятники героям ДНР, в том числе первому главе республики А. Захарченко.

В ДНР 41 памятник архитектуры. В основном это здания советского периода. Интересны памятники промышленной архитектуры, например, здание Зуевской ТЭС, построенное в 20-е годы по плану ГОЭЛРО (городской округ Харцызск). В Донецке широко представлены здания 30-х годов XX в., построенные в стиле позднего классицизма: Донецкий государственный академический театр оперы и балета имени А. Соловьяненко, Республиканская универсальная библиотека им. Н. Крупской и другие.

Современная архитектура представлена, например, расположенным в Донецке стадионом «Донбасс Арена» на 52 тысячи мест, который, по мнению большинства жителей города, является его туристским символом.

В административном центре ДНР Донецке расположено больше всего памятников истории, монументального искусства и архитектуры (264 объекта). Большинство памятников монументального искусства посвящены

событиям Великой Отечественной войны. В городе расположен мемориал жертвам фашизма «Шурф шахты 4/4 бис», который представляет собой место казни и захоронения мирных граждан (75 тысяч человек).

Визитной карточкой города стал памятник «Слава шахтерскому труду», который представляет собой фигуру шахтера, который держит на вытянутой руке кусок угля. По традиции гостей встречают хлебом, а Донецке углем, который когда-то был хлебом промышленности.

Появляются новые памятники: героям ДНР, погибшим ополченцам и мирным гражданам ДНР, в том числе погибшим детям в Донецке, Горловке, Енакиево, Кировском и Зугрэсе. Перед Домом правительства ДНР в Донецке в 2024 г. воздвигли памятник освободителям Донбасса, который представляет собой фигуры советского воина и ополченца ДНР, расположенные друг напротив друга.

Музейный потенциал Республики представлен 2 республиканскими и 15 муниципальными музеями. В музее миниатюрной книги им. В. Разумова в г. Горловка собраны книги от 5 мкм до 5 см. В Донецке расположен художественный музей Арт-Донбасс, частью экспозиции которого является Парк кованных фигур. Созданный в 2001 г. талантливыми кузнецами парк каждый год пополняется новыми экспонатами, которые отражают значительны вехи в истории города.

Неотъемлемой частью культурного наследия являются религиозные объекты. В Республике около 450 православных храмов, 7 монастырей. Святогорская Свято-Успенская лавра в Славянском муниципальном округе – самый значимый объект. Лавра была основана в XVI веке, в числе ее иноков 17 канонизированных святых. Здесь бывали А. Чехов, И. Бунин, М. Цветаева, Ф.Тютчев. Также в республике есть католические храмы, мечети, синагоги.

Донецкая Народная Республик – родина полярного исследователя Г.Седова, женщины-тракториста П. Ангелиной, создателя русского кинематографа А. Ханженкова, фотокорреспондента Е. Халдея. Здесь жили и творили А. Куприн, К. Паустовский, В. Вересаев и другие знаменитые люди.

Частью культурного наследия являются и особо охраняемые природные территории. В ДНР расположен один из старейших в России заповедников «Хомутовская степь» (Новоазовский муниципальный округ), который был создан в 1926 г. для охраны целинных разнотравно-типчаково-ковыльных степей по инициативе В.Талиева. В Волновахском муниципальном округе находится памятник степного лесоразведения заказник «Великоанадольский лес». В середине XIX в. благодаря усилиям В. Граффа и его учеников в засушливых степных условиях появился лес.

Современным примером успешного озеленения промышленных предприятий и населенных пунктов является работы ученых Донецкого ботанического сада.

Развитие туризма может способствовать экономическому росту региона, что, в свою очередь, создаст финансовые ресурсы для восстановления и

поддержания культурных объектов. Туризм генерирует рабочие места, способствует развитию инфраструктуры и привлекает инвестиции.

Туризм также имеет образовательную функцию. Посещение культурных объектов и участие в мероприятиях, связанных с местными традициями, позволяет туристам и местным жителям глубже понять историю и культуру региона. Это может способствовать формированию уважительного отношения к культурному наследию, воспитанию патриота своей страны.

Устойчивый туризм предполагает бережное отношение к окружающей среде и культурному наследию. Разработка программ по устойчивому туризму может помочь избежать негативного воздействия на исторические памятники и традиции, обеспечивая их сохранение для будущих поколений.

В ряде российских регионов туризм уже успешно используется для сохранения культурного наследия. Программы по восстановлению исторических центров привлекли значительное количество туристов и способствовали экономическому развитию. В ДНР можно рассмотреть создание аналогичных инициатив, направленных на восстановление и популяризацию местных традиций, что особенно актуально в свете того, что на территории республики проживает более 100 национальностей.

Несмотря на потенциальные выгоды, развитие туризма в ДНР сталкивается с рядом проблем, среди которых недостаток инфраструктуры и ограниченные финансовые ресурсы, что существенно затрудняет реализацию туристских проектов. Необходима комплексная стратегия, включающая сотрудничество между государственными органами, местными сообществами и частным сектором, активное вовлечение местного населения – молодежи в первую очередь – в процессы сохранения культурного наследия.

Библиографический список:

1. Казакова К. С. Анализ развития внутреннего туризма в Донецком регионе / К. С. Казакова // Проблемы развития индустрии туризма : VI Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием, Чита, 30 октября 2020 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Забайкальский государственный университет. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2020. – С. 24-29.
2. Формирование культурно-исторической памяти и гражданской идентичности молодежи России на территории новых субъектов Российской Федерации: методология, теория и практика: монография / В. В. Николина, С. И. Аксёнов, Т. К. Беляева [и др.]; под ред. В. В. Николиной, С. И. Аксёнова. – Нижний Новгород: Мининский университет, 2023. – 172 с.
3. Хакимов Д. И. Роль туризма в социально-экономическом развитии регионов / Д. И. Хакимов // Вестник науки. – 2025. – Т. 4, № 3(84). – С. 249-253.
4. Чайка, В. В. Концептуальные основы развития культурно-познавательного туризма / В. В. Чайка, С. Н. Голубничая // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства : Материалы IV Международной научно-практической конференции, Донецк, 25–26 апреля 2023 года. – Донецк: Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского, 2023. – С. 95-98.

Создание специализированного городского арт-маршрута «Тайны камчатских сказаний» в Петропавловске-Камчатском как популяризация культуры коренных народов Камчатки

А. А. Журавлева
Россия, Петропавловск-Камчатский, Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга

The creation of a specialized urban art route, «Secrets of Kamchatka Tales» in Petropavlovsk-Kamchatsky to popularize the culture of the indigenous peoples of Kamchatka

A. A. Zhuravleva
Russia, Petropavlovsk-Kamchatsky, Kamchatka State University named after Vitus Bering

Аннотация. *В статье представлен проект по созданию городского арт-маршрута «Тайны камчатских сказаний в Петропавловске-Камчатском. Автор изучала опыт создания специализированных туристических маршрутов в мире и России, их особенности, влияние на туристский потенциал территории. Уделено внимание проблемам и опыту реализации арт-маршрутов в России, их возможностям по продвижению территории. Как результат исследования предложен маршрут, основанный на фольклоре коренных народов Камчатки.*
Ключевые слова: *городской специализированный маршрут; арт-объект; продвижение территории; культура коренных малочисленных народов Камчатки; камчатские сказания.*
Abstract. *This article presents a project to create an urban art route, «Secrets of Kamchatka Tales» in Petropavlovsk-Kamchatsky. The author explores the experience of creating specialized tourist routes internationally and in Russia, their characteristics, and their impact on the region's tourism potential. The article also examines the challenges and experiences of implementing art routes in Russia and their potential for promoting the region. The study proposes a route based on the folklore of Kamchatka's indigenous peoples.*
Keywords: *specialized urban route; art object; territory promotion; culture of indigenous peoples of Kamchatka; Kamchatka legends.*

Специализированные туристические маршруты – это заранее определённые пути или экскурсии, которые ориентированы на определенную тематику и интересы потребителя. Они формируются с учетом уникальных ресурсов региона и нужд целевых групп, а также играют важную роль в развитии туризма, предлагая различные формы активностей и опыта для туристов. Данные маршруты позволяют углубить понимание определенной темы и дают возможность туристам испытать уникальные впечатления

Специальные маршруты отличаются от обычных маршрутов своей тематикой, так как часто направлены на повышение осведомленности туристов о различных аспектах. Такие маршруты могут быть посвящены культурным, историческим, гастрономическим, спортивным и большому множеству других тематик. Их создание служит фактором увеличения туристической привлекательности региона и способствует его устойчивому развитию [2].

Как правило, специализированные маршруты поощряют осознанный подход к окружающей среде и природным ресурса, могут способствовать

сохранению и популяризации культурного наследия, помогают соединить людей посредствам создания возможности для общения и взаимодействия, способствуют поддержанию и развитию местной экономики, предлагают различные возможности для реализации активного отдыха и оздоровления, адаптируются к потребностям разных категорий туристов и используются для продвижения региона как туристической дестинации.

С ростом популярности туризма и изменением потребностей туристов разработка специализированных туристических маршрутов стала наиболее значимым аспектом для туристических предприятий. Россия обладает огромным потенциалом для разработки и реализации специализированных туристических маршрутов, благодаря своему большому культурному и историческому наследию, предлагая огромное разнообразие уникальных памятников истории, этнокультурных традиций и природных ландшафтов.

Говоря о культурном наследии России, нельзя не упомянуть богатое многообразие народов, проживающих на ее территории. Такое разнообразие культур открывает большие перспективы для создания туристических маршрутов с возможностью узнать этнографию и традиции различных регионов Российской Федерации. Например, специализированные маршруты в такие регионы как Кавказ или Татарстан, знакомящие туристов с местными обычаями, ремеслами и кухней.

Арт-объекты – это наиболее наглядное выражение культурного многообразия России. Они представляют собой произведения искусства, включающие в себя различные формы: живопись, скульптуру, уличное искусство, инсталляции и многое другое. Такие объекты могут быть как в музейных коллекциях, так и находиться в общественных местах, создавая уникальную атмосферу для туристов и горожан.

В последние десятилетия культурный туризм активно развивается. Его развитие проявляется через увеличение интереса к местной культуре, искусству и традициям, использование мобильных приложений и виртуальных туров для улучшения виртуального опыта, проведение мероприятий событийного туризма, таких как фестивали и выставки, фокус на устойчивость, экологию и поддержку местных сообществ, а также увеличение инвестиций в культурные проекты и инфраструктуру. Эта форма туризма ставит акцент на изучении культуры, истории и традиций региона, предоставляя туристам возможность погрузиться и прочувствовать эстетический опыт локальной культуры [4].

Как упоминалось ранее арт-объекты – это не только способ привлечения туристов, но и рычаг воздействия на экономический потенциал как региона, так и страны в целом. Когда локальные власти инвестируют в искусство и культуру, они попутно создают новые рабочие места, развивают инфраструктуру и повышают доходы от налогов. Для розничных магазинов и компаний сферы услуг появление вблизи инсталляции означает рост оффлайн-трафика и увеличения количества потенциальных клиентов. Это создает

взаимовыгодные отношения между искусством и экономикой, где обе стороны получают выгоду и преимущества.

Также не стоит забывать и о социальной силе арт-объектов. Они служат хорошими катализаторами для социальных изменений и взаимодействий, путем создания пространств для общения, способствующих укреплению местных сообществ и туристических групп. Хорошими примерами влияния искусства на социальную сферу можно обозначить уличное искусство в Беркли, Калифорнии (использование муралов для отражения социальной борьбы и истории) и Арт-Проекты в Сеуле (создание пространств для встреч и культурного обмена через искусство) [5].

Арт-объекты – это неотъемлемая часть современного общества. Они не только представляют собой эстетическую ценность, но также могут служить мощным инструментом для устойчивого развития туризма. Устойчивое развитие предполагает собой гармоничное сочетание экономической, социальной и экологической устойчивости, а такие объекты как скульптуры, муралы и инсталляции значительно повышают привлекательность городов и регионов, что повышает осведомленность о культурах и экологических проблемах, способствует их решению при помощи образовательных инициатив, а также развивает местные сообщества посредствам роста доходов от туризма и создает новые рабочие места в гостинично-ресторанном бизнесе, производстве и сфере услуг. Следовательно, арт-объекты могут стать мощным фактором устойчивого развития, повышая экономическую привлекательность территории, укрепляя социальные связи и способствуя заботе об окружающей среде. Их интеграция в городское и сельское пространство может привести к созданию более устойчивых и эстетически привлекательных функциональных обществ.

Малые архитектурные формы являются позитивным элементом визуализации и выступают в качестве активного средства композиции для передачи информации и мемориализации важных исторических событий. Мемориализация летописи поселений – это важный компонент культуры всех жителей, имеющий большое значение для повышения привлекательности среды и дальнейшего привлечения туристов.

Наиболее быстрый и известный прием увеличение туристического интереса к городу или региону – это размещение необычного арт-объекта или группы арт-объектов. Роль данных объектов – это влияние на становление бренда города и региона и формирование интереса у туристов. Арт-объекты способствуют формированию позитивного впечатления у туристов, влияют на имидж города и создают в глазах гостей города его уникальный и отличительный образ.

Именно так объекты искусства влияют на идентичность мест и могут стать символами городов и регионов. В таких случаях объекты формируют культуру места и привлекают туристов, которые заинтересованы и хотят понять его уникальность. Яркими примером является Статуя Свободы.

Локации с уличными арт-объектами, становятся причиной выхода на прогулку для большего количества людей. В результате чего повышается пешеходный трафик, а вслед за ним и развивается близлежащий бизнес, что, в свою очередь, делает территорию вокруг объекта наиболее привлекательной для инвесторов.

Интеграция искусства в туристическую стратегию региона может стать ключом к значительному увеличению его привлекательности и обеспечению устойчивого роста. Именно поэтому Камчатский край, который так активно развивается в туристическом направлении, нуждается в создании арт-объектов, которые станут центром внимания и позволят не только заинтересовать туристов, но и облагородить городскую инфраструктуру.

В рамках реализации идеи установки новых арт-объектов в городе Петропавловске-Камчатском было проведено исследование [3], включающее изучение уже существующих культурных элементов, таких как памятники и малые архитектурные формы, изучение схожих по тематике конкурентных предложений на туристическом рынке, а также запуск опроса местных жителей и потенциальных туристов. В результате исследования было выявлено что в городе отсутствует разнообразие возможностей для посещения и изучения его уникальности. Варианты форматов и тематических направлений также отсутствуют, а возможности для независимого от времени и наличия машины посещения культурных объектов зачастую недоступны. Для туристов, незаинтересованных в изучении истории края, возможностей изучения города посредствам экскурсионных маршрутов не существует, и это формирует потребность в создании нового пешеходного туристического маршрута.

Анализ конкурентов также показал, что создание нового арт-маршрута, может не только заполнить существующие пробелы в предложениях конкурентов, но и привлечь более широкую аудиторию. Также стоит обратить внимание, что включение интерактивных элементов в маршрут сделает его более привлекательным для молодежи, а наличие на маршруте арт-объектов также поможет в привлечение любителей искусства. Внедрение такого маршрута, который будет интересен для иной аудитории, сможет способствовать развитию туристической привлекательности как города, так и края в целом, а также позволит создать возможность для получения совершенно иного и уникального опыта для гостей Петропавловска-Камчатского.

По итогам нашего исследования и проведенных опросов создание арт-маршрута «Тайны Камчатских Сказаний» представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий тщательного планирования, постоянного мониторинга и анализа туристической сферы конкурентов и потребностей целевых аудиторий. Данный туристический пешеходный арт-маршрут интегрирует в себе культурные, художественные и природные факторы города Петропавловска-Камчатского. Он нацелен на привлечение к познанию города через культуру малочисленных коренных народов как туристов, так и местных

жителей, заинтересованных в изучении города и новом культурном опыте. Для создания арт-объектов на маршруте нами были использованы сказки коренных малочисленных народов – коряков и ительменов [1].

Проведенный анализ демонстрирует, что разработка специализированных туристических маршрутов, и, в частности, интеграция в них арт-объектов представляет собой сложный, многогранный, но высокоэффективный инструмент стратегического развития территории. Проект «Тайны Камчатских Сказаний» служит практическим примером того, как на основе глубокого исследования потенциала и потребностей можно создать продукт, решающий несколько задач одновременно: от повышения туристической привлекательности и экономической активности до укрепления культурной идентичности и создания новых общественных пространств. Таким образом, арт-маршруты выступают ключевым фактором устойчивого развития, гармонизируя экономические, социальные и культурные аспекты жизни дестинации.

Создание по-настоящему востребованного маршрута требовало точного определения портрета будущего маршрута и его ключевых параметров. Для этого нами был запущен опрос, в котором приняло участие 62 респондента.

Наше исследование [2] затрагивало:

- осведомленность,
- аудиторию,
- время на прогулку,
- тематику,
- важные критерии
- ключевые локации.

Также на основе полученных данных из опроса нами была определена тематика, дано название «Тайны камчатских сказаний», разработана карта (включающая 8 локаций) и паспорт-маршрута: смотровая площадка на Петровской сопке, Аллея Флота, Никольская сопка, Стелла в центре города, Мишенная сопка, дома с муралами на 8 км, Маленький сквер около городской детской поликлиники, КамГУ им., Витуса Беринга.

Основой нашего маршрута стали 8 ключевых персонажей сказок коренных народов Камчатки, каждый из которых был специально подобран и «привязан» к конкретному месту – не случайно, а исходя из их характера, смысловой нагрузки и истории, связанной с локацией.

Для каждого героя мы создали концепт-арты – это не просто рисунки, а продуманные образы, отражающие характер и смысловой посыл каждого арт-объекта.

Каждый арт-объект на маршруте – это бронзовая миниатюра (15×15×15 см), изображающая персонажа камчатских легенд. Фигурки дополнены QR-кодом, который открывает для гостей:

- **Саму легенду** (аудио и текст)
- **Смысл арт-объекта** – почему именно этот герой и место связаны
- **Карту нахождения других арт**-объектов

Чтобы оценить перспективы реализации нашего арт-маршрута, мы провели SWOT-анализ, который учитывал как данные опроса, так и особенности локаций. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1. SWOT-анализ создания арт-маршрута.

Сильные стороны	Слабые стороны
▪ Общедоступность маршрута. ▪ Новый формат маршрута для Камчатки ▪ Поддержание культурного наследия коренного населения. ▪ Самые значимые и интересные места города в одном маршруте	▪ Ограниченные маркетинговые ресурсы. ▪ Отсутствие опыта реализации подобных проектов на туристическом рынке края. ▪ Сезонность
Возможности	**Угрозы**
▪ Рост интереса к внутреннему туризму. ▪ Развитие и популяризация цифровых технологий ▪ Партнерство с местным бизнесом. ▪ Развитие Камчатки как бренда.	Экологические риски. ▪ Экономическая и политическая нестабильность. ▪ Блокировка социальных сетей. ▪ Конкуренция со стороны других тур направлений

Для успешного запуска и продвижения маршрута мы предлагаем:

1. Установку подставок из оргстекла с QR-кодами в ключевых точках города – аэропорте, предприятиях питания и размещения, а также туристических центрах
2. Распространение афиши с QR-кодами концепт которой находится на слайде

Для воплощения нашей задумки в жизнь мы предусмотрели несколько источников финансирования:

1. Партнерство с местным бизнесом.
2. Федеральные программы грантов, на развитие туристической инфраструктуры и охрану культурного наследия, от Министерства культуры России.
3. Региональные субсидии и программы поддержки местного туризма.
4. Сбор средств на краудфандинговых платформах.
5. Частные инвесторы.

Перейдём к финансовой составляющей проекта. Мы детально просчитали бюджет на реализацию арт-маршрута.

Ключевые цифры по бюджету:

1. Общая стоимость проекта: 780 500рублей
2. Основные статьи расходов:
   - Проектирование и создание арт-объектов: 240 000 руб. (самая крупная статья)
   - Маркетинг и продвижение: 124 300 руб. (подставки + афиши)
   - Интерактивные технологии: 112 800 руб.

Расчёты произведены с учётом требований к долговечности и функциональности, оптимизации затрат и потребностей аудитории.

*литейная мастерская «А-Элит» в городе Хабаровск, типографию «Камчатпресс», «МДМпринт»

- Арт-маршрут «Тайны Камчатских Сказаний» – это не просто туристический продукт, а проект с мощной социальной эффективностью.
- Его значимость проявляется в:

1. Сохранении и популяризации культурного наследия коренных народов Камчатки.
2. Создании новых точек притяжения для жителей и гостей города.
3. Развитии локальной идентичности через современные формы искусства.
4. Улучшении городской среды и психоэмоционального состояния населения.
5. Поддержке местных художников и культурных инициатив.

Библиографический список:

1. Корякские и ительменские сказки с иллюстрациями художника Владимира Столярова // Петропавловск-Камчатский Холдинговая компания «Новая книга», 2014 г. (дата обращения 5.02.2025).
2. Нуждина М. В., Волкова И. А. Культурно-познавательный туризм как фактор устойчивого развития сельских территорий [Электронный ресурс]. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-poznavatelnyy-turizm-kak-faktor-ustoychivogo-razvitiya-selskih-territoriy (дата обращения 15.09.2025).
3. Результаты исследования о потребности в создании арт-маршрута в г. Петропавловске-Камчатском. Кафедра экономики менеджмента и туризма КамГУ им. Витуса Беринга. ВКР А. А.Журавлевой. Архив 2024-2025 учебный год.
4. Скивко М. О. Потенциал короткого туристического маршрута на примере одной улицы: туристическая привлекательность городских пространств [Электронный ресурс]. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-korotkogo-turisticheskogo-marshruta-na-primere-odnoy-ulitsy-turisticheskaya-privlekatelnost-gorodskih-prostranstv (дата обращения 15.09.2025).
5. Шапорева А. В., Смольянинова Е. С., Раковец Н. С., Мицих Д. Т., и др. Дизайн код города как основа уникальности и узнаваемости городской среды (на примере городов Европы) [Электронный ресурс]. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-kod-goroda-kak-osnova-unikalnosti-i-uznavaemosti-gorodskoy-sredy-na-primere-gorodov-evropy (дата обращения 20.05.2025).

Развитие туризма в малонаселённых пунктах (на примере разработке тура в посёлках озерновского куста)

А. А. Костенко
Россия, Петропавловск-Камчатский, Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга

Tourism development in sparsely populated areas (using the example of developing a tour in the villages of the Ozernovsky bush)

A. A. Kostenko
Russia, Petropavlovsk-Kamchatsky, Kamchatka State University named after Vitus Bering

Аннотация. *Статья посвящена развитию туризма в малонаселенных пунктах Камчатки. Особое внимание уделяется территории «поселки озерновского куста» Усть-Большерецкого района Камчатского края. На основании изучения мирового опыта развития туризма в малонаселенных территориях, взаимодействия властей, природоохранных учреждений и местного населения предложены мероприятия по развитию туризма и улучшению инфраструктуры территории. Предложен наземный тур.*
Ключевые слова: *малонаселенные территории; сельский туризм; туризм на удаленных территориях; поселки озерновского куста; природный туризм; туризм на ООПТ.*
Abstract. *This article focuses on tourism development in sparsely populated areas of Kamchatka. Particular attention is given to the «Ozernovsky cluster villages» in the Ust-Bolsheretsky District of Kamchatka Krai. Based on a study of international experience in tourism development in sparsely populated areas and the interaction between government authorities, environmental agencies, and local residents, measures are proposed to promote tourism and improve the area's infrastructure. A land tour is also offered.*
Keywords: *sparsely populated areas; rural tourism; tourism in remote areas; Ozernovsky bush villages; nature tourism; tourism in protected areas.*

Развитие туризма в малонаселённых пунктах Камчатки объясняется значительным потенциалом региона в области экологического и сельского туризма, а также поддержкой со стороны государственных программ и стратегий социально-экономического развития края. Так как поселки обладают уникальными природными и культурными ресурсами, которые привлекают туристов, заинтересованных в экологически чистом отдыхе и познавательных программах.

В качестве мировых примеров малонаселенных пунктов, где идет развитие сельского туризма, мы рассматривали такие страны как: Исландия, где сельский туризм активно развивается и востребован туристами на мировом уровне. Они предлагают большое разнообразие туров и развлечений, таких как проживание на конеферме, пешие походы к гейзерам, посещение местных деревень, знакомство с жизнью ее жителей и многое другое.

Еще в качестве одного примера европейской страны мы взяли Францию. Отметим, что сельская местность занимает около 80 % территории страны. Так же тут созданы организации национального уровня, которые способствую координированию этого вида туризма, например, Tourisme en Espace Rural

(Генеральная ассоциация туристических деревень), основанная в 1970 году. Еще в стране существует Государственная Федерация Французских пансионов «Gites de France» которая располагает свыше 45 000 местами размещения под названием «Gites», то есть ночлег. Главным условием членства этой организации в том, что в каждой единице размещения на входе все члены организации должны размещать вывеску «Gites de France» [2].

В Китае сельский туризм изначально планировался как способ борьбы с бедностью в сельских районах, в связи с чем проводились меры по улучшению экологического состояния и повышения качества сферы услуг. Но с недавнего времени, местные поняли, что такой вид туризма очень востребован как среди жителей это страны, так и приезжих туристов. Поэтому сейчас это направление активно развивается.

В качестве тихоокеанского примера, мы рассматриваем Австралию, где сельский туризм начал развиваться с 1978 года. В большинстве случаев, такие поездки близки к агротурам. Предлагаются не только коллективные экскурсии, но, а также и индивидуальный подход. Еще здесь очень востребовано такое направление как «Технический визит» – это когда турист сам может стать фермером. Например, поухаживать за скотом, пособирать овощи и другое. Также тут продвигают активно туры для студентов и школьников [1].

В США сельский туризм стал популярным благодаря стремлению людей к более аутентичным и экологичным путешествиям. Там просматриваются различные аспекты сельского туризма, включая агротуризм, экотуризм, культурный туризм и другие формы, которые позволяют туристам погрузиться в местную культуру и природу.

Таким образом, можно сказать, что сельский туризм является важным направлением развития туристической индустрии во многих странах мира. Он не только способствует экономическому росту, но и помогает сохранить культурное наследие, традиции и природные ресурсы сельских районов. В разных странах сельский туризм развивается по-разному, в зависимости от их исторического, культурного и природного потенциала.

Если рассматривать сельский туризм на российском уровне, то в качестве таких примеров мы взяли Свердловскую и Калужскую области. В свою очередь Свердловская область является промышленным регионом, где занимаются металлообработкой, машиностроением, легкой промышленностью, однако её сельские территории обладают существенным потенциалом. Так в 2011 году была утверждена программа «Развитие агропромышленного комплекса и сельских населенных пунктов Свердловской области («Уральская деревня»). Программа направлена на повышение качества жизни населения в сельской местности [3]. На данный момент она активно работает, местные жители включились в развитие своих территорий, тем самым улучшают свою область.

В Калужской области сельский туризм реализуется посредством программы «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории

Калужской области». Власти активно занимаются поддержкой местных предпринимателей, которые в свою очередь предоставляют проживание, питание, развлечения на территории своих сел и поселков.

Рассмотрим «поселки озерновского куста». Это несколько рабочих поселков, находящихся на территории Усть-Большерецкого района Камчатского края. На карте юга Камчатки (рисунок 1) отмечено точное расположение территории.

Рисунок 1. Карта юга Камчатки

Отметим, что начало основание этой территории началось с 1907 года, большая часть находится на территории Южно-Камчатского заказника, под управлением «Кроноцкого заповедника», а численность населения поселков около 2 тысяч человек.

Если развитие сельского туризма в мире более ориентировано на агротуризм, то на Камчатке уклон делается на экологичный и природный формы, в силу своих уникальных природных объектов.

Развитие туризма на этой территории стало активно с 2013 года. Сделанные шаги для развития туризма:

2014 – реализована семейная программа для местных жителей на Курильское озеро;

2017 – открыт местный тур клуб «Чаохч»;

2019 – организована образовательная программа для местных детей от Кроноцкого заповедника «Юннаты Камчатки»;

2021 – открытие Визит-центра Кроноцкого заповедника, в поселке Озерновский.

На данный момент Кроноцкий заповедник продолжает активно вести деятельность с местным населением, организовывая встречи с инспекторами, представителями Кроноцкого заповедника, государственными работниками. Также там проводят праздники, связанные с природой, животными и всем, что опирается на экологию. Проводят образовательную программу для детей и экскурсии по музею для всех желающих.

Для развития туризма на данной территории предлагаем местным туроператорам реализовать тур «Южные горизонты Камчатки». Длительность тура 7 дней, количество участников не менее 10 человек, сезонность – с июня по октябрь.

Отметим, что большая часть территории находится в заповедной зоне и практически все туристически привлекательные объекты находятся на территории ООПТ. Для того чтобы туда попасть, нужно обязательно иметь разрешение на посещение. Отличительной особенностью нашего тура является его транспортная составляющая, мы предлагаем тур на вахтовках, а не на вертолете, это значительно сокращает расходы.

Несмотря на то, что стоимость тура может показаться высокой, она полностью оправдана предоставленными возможностями. В отличие от экскурсии на вертолёте, которая ограничивается одним объектом, данный тур позволит туристам посетить множество уникальных природных достопримечательностей, так как маршрут пролегает на машине. Гибкость передвижения на автомобиле даёт возможность в любой момент остановиться и осмотреть интересующий объект, что невозможно при авиаперелёте. Кроме того, стоимость тура существенно ниже, чем цена однодневной авиапутешествия.

Основные объекты, которые смогут увидеть туристы: Курильское озеро, Кутхины баты, каменный городок, смотровая площадка.

- Предполагаем, что реализация подобных туров будет способствовать развитию инфраструктуры территории и улучшению качества жизни населения; появятся новые рабочие места; местное население будет активнее вовлекаться в развитие туризма; поднимется экологическое просвещение жителей; снимется напряженность с других природных объектов полуострова и экологический туризм будет развиваться как перспективное направление. Также произойдет увеличение информированности о данной территории.

Библиографический список:

1. Дорофеев А. А. Экотуризм в Австралии: дестинации и туристские прибытия // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16. – № 2. – С. 51–64. DOI: 10.24412/1995-042X-2022-2-51-64.
2. Общество. Культура. Образование: монография. Книга 2 / под общ. ред. В. П. Старостина. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2016. – 168 с.
3. Попова О. Б., канд. геогр. наук, доцент, И. И Сапожников. Мировой опыт развития туризма на сельских территориях. // Оренбургский государственный университет. // – Оренбург. – 2018, С. 11-15.

Участие коренных народов и местных сообществ в развитии туризма на объектах культурного наследия

К. А. Лодыгичева
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

Participation of native peoples and local communities in tourism development at cultural heritage sites

K. Lodygicheva
Russia, The St. Petersburg, The Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Аннотация. *В статье рассматривается значимость участия коренных народов и местных сообществ для туризма на объектах культурного наследия. Анализируются преимущества вовлечения местных жителей в процессы планирования и развития туристической деятельности, включая сохранение культурных традиций, повышение экономической устойчивости и улучшение охраны объектов. Особое внимание уделяется методам использования знаний и опыта коренных народов в туризме, а также вызовам и перспективам сотрудничества между государственными структурами, бизнесом и сообществами. Статья подчеркивает важность социально-экологического подхода для создания устойчивого и этичного туризма, способствующего сохранению культурного наследия.*
Ключевые слова: *туризм; наследие; коренные народы; культура; ответственные путешествия; охрана; устойчивость; развитие.*
Abstract. *the article examines the importance of the participation of indigenous peoples and local communities for tourism at cultural heritage sites. The advantages of involving local residents in the planning and development of tourism activities, including the preservation of cultural traditions, increasing economic sustainability and improving the protection of facilities, are analyzed. Special attention is paid to the methods of using the knowledge and experience of indigenous peoples in tourism, as well as the challenges and prospects of cooperation between government agencies, businesses and communities. The article highlights the importance of a socio-ecological approach to create sustainable and ethical tourism that promotes the preservation of cultural heritage.*
Keywords: *tourism; heritage; native peoples; culture; responsible travel; conservation; sustainability; development.*

Устойчивый туризм подразумевает социальную ответственность, выполнение обязательств по отношению к природе, а также вовлечение местного населения во все процессы, связанные с управлением туристской деятельностью [1]. Вовлечение местных нужно для того, чтобы они контролировали поток туристов и не давали ему быть чрезмерно большим. Например, как это случилось в Испании, на Майорке. Когда-то это место уже страдало от переизбытка туристов, но в 2024 году в некоторых местах этого региона было зафиксировано соотношение туристов 70:1 местному жителю. Помимо чрезмерного освоения ресурсов, ухудшения окружающей среды и переполненных пляжей и туристических достопримечательностей, это приводит к росту арендной платы и нехватке жилья для местных жителей. К счастью, власти снова вернулись к активному решению этого вопроса.

Местных также следует вовлекать для того, чтобы они стояли на страже своих традиций и не позволяли самим туристам и другим в угоду туристам разрушать культурные ценности региона. Например, в 2024 году на Пхукете случился оползень, убивший туристов. Причиной оползня считается застройка туристического комплекса на склоне холма Наккерд, где расположен Большой Будда. Сразу после инцидента были разговоры о сносе ставшей не безопасной статуи. К счастью, сейчас речь идёт только о демонтаже незаконных построек, сама статуя остаётся нетронутой. Однако в этом году она остаётся закрытой не только для туристов, но и для местных жителей.

К сожалению, такие примеры есть и в России. Например, только недавно вернули отреставрированных львов на пристань у Адмиралтейской набережной. Львы не выдержали поток туристов, которые садились на них, несмотря на запрет. Я думаю, можно привлечь местных жителей к созданию предупреждающих табличек для туристов, в которых будут указаны ограничения, связанные с культурными ценностями этого места. Например, оставлять предупреждения о том, что при выходе с пляжа в город следует одеваться. Важно привлекать коренных жителей к данному вопросу, так как они сталкиваются с этим напрямую и могут оценить, что для них неприемлемо, даже если для других это обычное дело. Устойчивое развитие туризма должно удовлетворять нынешние потребности туристов и принимающих регионов, охраняя и приумножая возможности на будущее. Управление всеми ресурсами должно осуществляться таким образом, чтобы, удовлетворяя экономические, социальные и эстетические потребности, сохранить культурную целостность, важные экологические процессы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения.

Для этого я предлагаю привлекать местных жителей во все процессы, не только связанные с управлением. Например, можно рассмотреть на примере деревни Сето в Псковской области. Музей-усадьба народа сето в д. Сигово – единственный в России музей малого коренного народа сето, сохранившего уникальную материальную и духовную культуру. Он размещается в подлинной усадьбе семьи Кюлаотс. Усадьба сформировалась в конце XIX – начале XX века. На данный момент она состоит из каменного жилого дома с деревянными сенями, каменного хлева и клети (амбара) 1899 года постройки, небольшой бани [2]. С историей и материальной культурой многих поколений сетосских семей знакомит сама хозяйка, а не гид. При этом, я заметила у неё необычный акцент, что говорит о том, что русский для неё, скорее всего, не родной или это уникальный говор. На экспозиции музея широко представлены предметы домашней утвари, орудия труда и рукоделий. Наиболее интересные экспонаты: большой ткацкий стан, конная льномялка, женский костюм, «боговы полотенца», деревянная статуя языческого бога Пеко. Кроме того, она хранит в памяти и нематериальное наследие – рецепты блюд. Известно, что археологи могут найти только материальные исторические ценности. Именно поэтому важно привлекать коренное население. Представим, что в этой усадьбе экскурсии ведёт профессиональный гид из одного из крупных

городов. Сторонний гид не может знать культурных особенностей, какой смысл закладывался в те или иные вещи и многие другие тонкости, известные человеку, прожившему среди них много лет. Полагаю, гости лишились бы особенного ощущения, что попали лет на 100 назад. Невозможно рассказать с такой любовью о чужой культуре. Тем более, что и их язык является частью наследия. Они также оставляют усадьбу без внесения атрибутов современной городской жизни. Однако это лишь одна из сторон. Допускаю, что не все местные жители хотели бы вести экскурсии сами. Есть и другой способ внести вклад в туризм. Это касается всего нематериального. Например, житель не хочет сам в окружении 50-ти зрителей готовить национальное блюдо. Но он может передать рецепты и особенности в руки профессионалов, которые приложат все усилия для воссоздания атмосферы по данным местных. Невозможно найти в земле колыбельную, которую пели матери своим детям много веков назад, но, возможно, кто-то помнит мотивы наизусть. Таким образом, значимость участия коренных народов в развитии туризма на объектах культурного наследия колоссальна.

Можно сделать вывод, что вовлечение местных жителей в процессы планирования и развития туристической деятельности имеет множество преимуществ. Во-первых, местные жители лучше знают культурные традиции и проблемы, которые влияют на их жизнь. Это помогает быстро решать такие проблемы, что предотвратит разрушение памятников. Кроме того, когда жители чувствуют свою причастность и ответственность, это снижает вероятность конфликтов с государством и бизнесом, а также сопротивления изменениям. Во-вторых, коренные жители могут подсказать новый объект охраны, например, новый объект нематериального наследия, так как лучше и больше об этом знают. В-третьих, такие места часто далёкие от цивилизации деревни. Это одновременно и помогло им сохранить аутентичность, и могло вызвать экономические сложности. Участие жителей способствует развитию местного бизнеса и созданию рабочих мест, что улучшает экономическую ситуацию в регионе. В-четвёртых, вовлеченность местных жителей помогает делать сервис и инфраструктуру более привлекательными для туристов, так как это может добавлять уникальную атмосферу и показывать уникальные традиции гостеприимства.

Так, необходимо искать баланс между развитием и сохранением, при котором экономические и туристические выгоды не приводят к разрушению природной среды или культурных ценностей, а наоборот – сохраняют.

Репрезентация образа мужчины в русской, английской и испанской фразеологии

Е. А. Середа
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Representation of a man in Russian, English and Spanish phraseology

E. Sereda
Russia, The St. Petersburg,The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *Настоящее исследование посвящено изучению репрезентации образа мужчины во фразеологическом фонде трех языков – русском, английском и испанском. Фразеологический фонд я представляет собой зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание. Фразеологизмы сохраняют отношение народа, носителей языка к тем реалиям, которые их окружали. Исследуя данный слой языка, можно изучить какие образы сложились в языке, какие сформировались стереотипные гендерные положения и как они связаны с социальными институтами и культурой.*
Ключевые слова: *фразеология; фразеологический фонд; фразеологическая единица; гендер; гендерная лингвистика; языковое наследие; языковые традиции; картина мира; языковая картина мира.*
Abstract. *This study is devoted to the study of the representation of a man in the phraseological fund of three languages - Russian, English and Spanish. The phraseological fund is a mirror in which the linguacultural community identifies its national identity. Idioms preserve the attitude of the people, native speakers of the language to the realities that surrounded them. By studying this layer of language, it is possible to study what images have developed in the language, what stereotypical gender positions have appeared and how they are related to social institutions and culture.*
Keywords: *phraseology; phraseological fund; phraseological unit; gender; gender linguistics; language heritage; language traditions; picture of the world; language picture of the world.*

Фразеологические единицы представляют собой кластеры, которые служат в языке накопителями культурного, исторического, социального опыта народа. Исследования эксплицитного содержания фразеологизмов демонстрируют различные стороны жизни народа, а также гендерные аспекты языка. Отношение между мужчиной и женщиной, образ мужчины и женщины нередко выражаются посредством фразеологизмов.

В настоящей работе под фразеологической единицей мы понимаем сложные по составу языковые единицы, значение и состав которых закрепилось в языке. Анализ лексических единиц в исследовании будет осуществляться в рамках широкого понимания фразеологии, также в состав фразеологизмов в рамках исследования также будут входить паремиологические единицы [1].

Гендерная лингвистика относительно молодая наука, следствием чего является неоднозначность понятия «гендер», его множественная интерпретация, что в свою очередь порождает противоречивость

исследований, цель и задач. В данной работе относительно понятия гендер выбрано следующее определение: гендер – это фундамент для отношений в социуме, процессы которого в свою очередь закреплены в культуре, содержащей разделение общества по признаку пола [5; 7].

В рамках данного исследования были выбраны фразеологические единицы (ФЕ), которые включают лексемы, относящиеся к лексико-семантическому полю ««мужчина» (в русском языке – мужчина, мужик, муж и т. д., в английском языке – boy, man, male, guy и др., в испанском языке – hombre, chico и др.). Общим в каждом из языков является такой интегральный признак как человек мужского рода; лицо, противоположное женщине по полу. Также были отобраны ФЕ, в составе которых имеются лексические единицы отсылающие к образу мужчины, такие ФЕ отобраны по наличию в них сем, относящихся к лексико-семантическому полю «мужчина». Кроме того, были отобраны те единицы, в которых на мужской образ указывает наличие мужского рода в прилагательных и глаголах в составе фразеологизмов в русском и испанском языках.

В ходе анализа было использовано 49 английских, 66 испанских и 72 русских фразеологических и паремиологических единиц, которые были разделены на следующие тематические группы: внешность; возраст; смелость и сила; ум; глава семьи; пьянство; обольститель; честность.

Внешность мужчины в английском языке представлена 11 единицами (*beer belly;* а *mountain of flesh*). В испанском языке выделены языковые единицы, указывающие на худого, высокого мужчину, не очень привлекательной внешности: *gato parido/gato de azotea; hombre de malos pelos; como mula de alquiler*. Также некоторые ФЕ репрезентируют мужчину как красивого, статного, крепкого и хорошо одетого (*hombre de buena capa; buen/real mozo; guapo mozo*). В русских ФЕ мужчина зачастую представлен физически сильным, однако превалируют единицы, которые негативно описывают внешность мужчины: *велик жирдяй, да жидок; много красы: одни скулы, да усы; наш лицом некрасив, да сердцем не спесив.*

С помощью фразеологических также можно проследить как отражается возраст мужчины. Так, в английском языке встречаются единицы, описывающие мужчину в возрасте: *old as Methselah; old geezer.* В испанском языке ФЕ также отражают средний и пожилой возраст мужчины: *hombre mayor; más antiguo/viejo que Noé; viejo petate.* В русском языке данная тематическая группа представлена такими единицами: *мужчина в самом расцвете сил; в годах; старый хрыч.* В русских паремиях возраст скорее описывается как положительная характеристика, поскольку возраст приравнивается к опыту: *и стар, да удал, за двоих стал; старый конь борозды не портит; старого волка в западню не заманишь.*

В английских ФЕ мужчина описывается как смелый: *a stout heart; a heart of oak; a man of courage; a tough nut.* Выделяются также единицы, описывающие силу мужчины в сравнении с животными: *man is a lion in his own cause; A man is as strong as his will.* В испанской фразеологии мужчины

также репрезентируются как смелые: *fajarse bien las bragas; hombre de peleá; hombre de pelo en pecho; hombre de pecho.* В русском языке смелость в мужчинах важная черта, которая проявляется и ценится не только в повседневной жизни, но и на войне: *не из робкого десятка; рыцарский поступок; сильный пол; косая сажень в плече; за одного смелого семь несмелых дают; смелый побеждает, а трус погибает.*

Тематическая группа «ум» оказалась менее объемной, чем рассмотренные выше группы: *bright boy; a man of note; a man of many parts; Men grow weaker and wiser; you can't fool the old man.* В испанской фразеологии данная группа представлена такими единицами, как *hombre de mucho seso; el hombre del siglo; hombre de ambas sillas; ser uno hombre de fortuna.* В русском языке были выделены следующие единицы: *не пригож лицом, да хорош умом; не тот борец, кто поборол, а тот, кто вывернулся; Бери в работе умом, а не горбом; красота мужчины ум, красота – ум женщины.*

В рамках русской фразеологии была выделена тематическая группа, не характерная для английской и испанской фразеологии – «пьянство»: *где кабачок, там и мужичок; мужик напьется с барином дерется, а проспится – свиньи боится; как стелька пьян; Иван пьян гуляет, а Марья с голоду умирает.* В английском найдена одна пословица, характеризующая мужчину, который любит повеселиться: *all work and no play makes Jack a dull boy.*

Следующей группой, выделенной в процессе анализа отобранных фразеологических единиц, стала тематическая группа, включающая ФЕ, описывающие мужчину как главного в семье. В английской фразеологии данная группа репрезентирована такими единицами, как *caviar to the general; be the captain of one's soul; man of the house; the house husband; family man.* В испанском языке – *hombre de su casa; ser el amo del baile; cabeza de familia; ser uno un rey en su casa.* В русском языке традиционно мужчина занимает главенствующую роль в семье, что прослеживается в семантике следующих ФЕ: *Хозяин в доме всему голова; без главы семьи – очаг сирота; отец семейства; как за каменной стеной; без мужа жена – всегда сирота; Муж – глава в доме, а все-таки дети таковы, какова у них мать.*

В испанском языке также выделены ФЕ, которые характеризуют мужчину как разгульного обольстителя: *como gato en Enero; ir con mujeres; rondar la calle a una mujer; soplar la dama a otro; andar a faldas; andar entre faldas; hacer el oso a una;* hacer a rubias y a *morenas; comer uno gallo muerto; hacer el cebo; andar a brujas; cargar la tipa; moverte el agua a una mujer; ¡mi marido está con otra!* В русском языке выделено две единицы с аналогичной семантикой: *бабий угодник; мышиный жеребчик.*

Несмотря на выше представленные ФЕ, испанская фразеология также включает ФЕ, в которых мужчина репрезентируется как честный, открытый и порядочный человек: *hombre de provecho; hombre de orden; hombre cabal/completo; hombre de bien/del todo; hombre liso; hombre de fiar; hombre de hecho/de palabra.* В русском языке данная тематическая группа представлена следующими пословицами: *Правдивому мужу лукавство не под нужу;*

Честному мужу честь и поклон; мужик сказал - мужик сделал. В английском языке была выделена всего одна ФЕ в рамках рассматриваемой группы: *An honest man is the noblest work of God.*

Таким образом, были проанализированы фразеологические и паремиологические единицы, которые репрезентируют образ мужчины в русском, английском и испанском языках. В рамках английской фразеологии наиболее объемными оказались тематические группы «смелость и сила», «внешность», «ум». Тематические группы «внешность», «смелость и сила» оказались достаточно объемными и в испанском языке. Однако, наиболее многочисленной оказалась группа «мужчина как обольститель», которые характеризуют испанцев с отрицательной стороны. В русской фразеологии наиболее объемной также оказалась группа «смелость и сила», однако довольно многочисленной явилась группа «пьянство», которая была выделена только при изучении русских фразеологических единиц.

Библиографический список:

1. Кунин А. В. Фразеология современного английского языка. – М.: Международные отношения, 1996. – 183 с.
2. Михельсон М. И. Большой толково-фразеологический словарь: словарь. – М.: Русский язык, 2004. – 2208 с.
3. Молотков А. И. Фразеологический словарь русского языка: словарь. – М.: Просвещение, 1986. – 2230 с.
4. Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: ООО «А ТЕМП», 2010. – 874 с.
5. Полякова Л. С. Понятие «Гендер» в лингвистическом описании // Проблемы гендерной лингвистики. – Магнитогорск: УДК 81.37, 2009. – С. 44-49.
6. Универсальный англо-русский словарь [Электронный ресурс]. // URL: http://universal_en_ru.academic.ru (дата обращения 01.08.2025).
7. Cameron D. The Politics of language. – London: Routledge,1995. – 264 p.
8. Oxford Concise Dictionary of Proverbs. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 454 p.
9. Oxford Dictionary of English Idioms. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 378 p.
10. Real academia Española. [Электронный ресурс] / Real academia Española. – Madrid, 2022 // URL: https://dle.rae.es/relacion?m=form (дата обращения 16.08.2025).

Организация фрирайд-туров на Камчатке: проблемы и потенциал развития

В. О. Чевычалова
Российская Федерация, г. Петропавловск-Камчатский, ФГБОУ ВО «Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга»

Organizing Freeride Tours in Kamchatka: Challenges and Development Potential

V. O. Chevychalova
Russian Federation, Petropavlovsk-Kamchatsky, Vitus Bering Kamchatka State University

Аннотация. *В тексте рассматриваются проблемы и перспективы развития фрирайд-туризма в Камчатском крае. Анализируется потенциал региона для данного вида активного отдыха, выявляются основные проблемы, такие как неразвитая инфраструктура и нехватка квалифицированных инструкторов. Обосновывается положительное влияние развития фрирайд-туров на экономику региона, привлечение туристов и сохранение природных ресурсов. Предлагаются пути решения выявленных проблем, включая развитие обучающих программ для гидов и улучшение инфраструктуры. Подчеркивается, что фрирайд-туры способны реализовать туристско-рекреационный потенциал Камчатского края.*
Ключевые слова: *фрирайд; активный туризм; отдых; безопасность; Камчатский край; развитие региона; природа; инфраструктура; райдеры.*
Abstract. *The text discusses the problems and prospects of developing freeride tourism in the Kamchatka Territory. It analyzes the region's potential for this type of outdoor activity and identifies the main challenges, such as underdeveloped infrastructure and a lack of qualified instructors. The article highlights the positive impact of freeride tours on the region's economy, attracting tourists, and preserving natural resources. It proposes solutions to address these challenges, including the development of training programs for guides and improving infrastructure. The article emphasizes that freeride tours have the potential to unlock the tourism and recreational resources of the Kamchatka Territory.*
Keywords: *freeride; active tourism; recreation; safety; Kamchatka Krai; development of the region; nature; infrastructure; riders.*

В современном мире, все больше людей стремится к получению новых ощущений, впечатлений и эмоций, а рынок находит все новые решения для того чтобы не только закрыть потребности клиентов, но и создать WOW-эффект, который образует незабываемый клиентский опыт, благодаря уникальному предложению. Одним из таких уникальных предложений в сфере туризма, является появление фрирайд-туров.

Фрирайд-туры представляют собой уникальную форму активного отдыха и экстрим-путешествий, которые привлекают внимание любителей горнолыжного спорта и сноуборда. Суть фрирайда заключается в катании на лыжах или сноуборде вне подготовленных трасс, что позволяет райдерам исследовать нетронутые участки снежного покрова и наслаждаться природной красотой горных ландшафтов. В отличие от традиционных горнолыжных курортов, на которых все трассы подготовлены и разделены на различные уровни сложности, что является ключевым отличием как в технике катания, так и в подготовленности райдера, позволяя выбрать трассу соответствующую

уровню подготовки, фрирайд катание – предоставляет собой возможность каждому райдеру испытать свои навыки и способности в условиях неподготовленной трассы и дикой природы, что делает его особенно уникальным и привлекательным для искушенных туристов [10, С. 2]. Фрирайд-туры требуют от участников не только отличной физической подготовки, но и знаний особенностей снега, правильного снаряжения и соблюдения мер безопасности. Фрирайд – это катание вне подготовленных трасс и на естественных склонах горы. Оно предлагает более экстремальные условия и позволяет лыжникам и сноубордистам испытывать ощущение свободы в окружении природных пейзажей [8, С. 4].

Различают следующие виды катания, каждый из которых имеет свои особенности и уровень сложности:

1. Скитур. Один из популярных и недорогих видов фрирайда. Скитур заключается в том, что на гору райдер забирается на горных лыжах, а маршруты построены так, что большую их часть можно пройти, не снимая лыж. Такой фрирайд – это не катание в чистом виде, а больше горный поход, тем самым, время, потраченное на восхождение к вершине горы, займет больше времени, чем спуск с нее, а значит и спусков с горы будет мало.
2. Catskiing (кэтскиинг) или фрирайд с ратраками. В этом виде фрирайд-туров для забросов на вершину склона горы используются мощные ратраки с закрытой пассажирской кабиной. Которые благодаря своей вездепроходимости, сравнимы только с хели-ски, которые доставляют райдеров на высокие горные вершины, с которых впоследствии спускаются.
3. Хели-ски. Это самый экстремальный и дорогой вид фрирайда, при котором райдеров доставляют на вершины с помощью вертолета. Этот способ позволяет добраться до самых труднодоступных склонов за минимальное количество времени, а также насладиться качественным снежным покрытием, так как больше до данного места никакая техника добраться не сможет, тем самым, люди катаются по нетронутому снежному покрытию.
4. Спидфлаинг на лыжах. Экстремальный вид, который заключается в комбинации фрирайда и полёта со специальным крылом (глайдером), похожим на скоростной парашют. Это гибридный спорт, сочетающий в себе элементы парапланеризма, парашютного спорта, а также горных лыж или сноуборда [9, С. 3].

Фрирайд-туры способствуют развитию не только физической, но и духовной составляющей личности. Они помогают человеку обрести гармонию с природой, отвлечься от повседневной суеты и стрессов, обрести внутренний покой и вдохновение.

Организация фрирайд-туров – это сложный и ответственный процесс, требующий учета множества факторов, во главе которой находится безопасность участников, экологические нормы, логистика и соответствие действующим нормативным актам и национальным стандартам [5, С. 55].

Обеспечение безопасности участников фрирайд-туров – это первоочередная задача организаторов. В соответствии с Федеральным законом

от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», организаторы обязаны принимать меры по обеспечению безопасности туристов [2, С. 2].

Основные направления работы включают:

1. Оценка рисков и планирование мероприятий. Анализ маршрута: перед началом тура проводится тщательный анализ маршрута с учетом погодных условий, состояния снежного покрова, наличия лавинной опасности и других факторов. Разработка плана безопасности включает меры по предотвращению аварий, порядок действий в случае чрезвычайных ситуаций, а также план эвакуации.

2. Квалификация инструкторов и гидов. Сертификация: Все инструкторы и гиды должны иметь соответствующие сертификаты, подтверждающие их квалификацию и опыт работы в условиях фрирайда. Регулярное обучение: Периодическое повышение квалификации и прохождение курсов по технике безопасности и оказанию первой помощи.

3. Обеспечение необходимого оборудования и снаряжения. Лавинные устройства: Обязательное использование лавинных датчиков (бипер), лавинных лопат и щупов всеми участниками. Средства связи: Наличие надежных средств связи для поддержания постоянной связи между участниками и организаторами. Спасательное оборудование: Наличие необходимого спасательного оборудования, включая лавинные рюкзаки и системы для быстрой эвакуации пострадавших.

4. Инструктажи участников. Предтуристические инструктажи: Проведение обязательных инструктажей по технике безопасности, правилам поведения на склоне и действиям в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.

5. Соблюдение экологических норм. Минимизация воздействия на природу: Использование экологически чистого оборудования и материалов, а также проведение мероприятий по уборке территории после окончания тура.

Использование необходимого оборудования является критически важным аспектом обеспечения безопасности участников фрирайд-туров. Каждый участник должен быть обеспечен соответствующим снаряжением, включая защитную экипировку и лавинное оборудование. В соответствии с Национальным стандартом, «Туризм и сопутствующие услуги. Безопасность активных видов туризма», снаряжение должно соответствовать установленным требованиям безопасности [1, С. 2].

1. Лавинное оборудование. Лавинные датчики (бипер): каждый участник должен иметь работающий лавинный датчик, который позволяет быстро обнаружить человека под лавиной. Лавинные лопаты: легкие и прочные лопаты, предназначенные для быстрого извлечения пострадавших из-под снега. Щупы: используются для определения местоположения пострадавшего под снегом после обнаружения лавинным датчиком. Лавинные рюкзаки: специальные рюкзаки, оснащенные системой быстрого сброса груза и встроенными воздушными пакетами для увеличения плавучести под снегом.

2. Защитная экипировка. Шлемы: обязательны для всех участников, чтобы защитить голову от травм при падениях и столкновениях. Шлемы должны соответствовать стандартам безопасности и быть правильно подогнаны по размеру. Очки должны иметь антибликовое покрытие и хорошую защиту от ультрафиолетового излучения.

3. Средства связи. Рации или мобильные телефоны: надежные средства связи для поддержания постоянной связи между участниками группы и организаторами.

4. Спасательное оборудование. Аптечки первой помощи должны быть укомплектованы необходимыми медикаментами и средствами для оказания первой помощи при травмах, обморожениях и других чрезвычайных ситуациях [3, С. 110].

Успешная организация фрирайд-туров невозможна без строгого соблюдения норм безопасности, постоянного повышения квалификации персонала, использования современного оборудования и учета экологических требований.

Камчатский край, расположенный на Дальнем Востоке России, представляет собой синтез уникальной территории с потрясающей природой, вулканическими ландшафтами, культурным наследием и традициями. Это место открывает огромное количество различных возможностей для развития фрирайд-туров. Данный регион предоставляет возможность испытать свои навыки для совершенно разного уровня подготовки райдеров, благодаря разнообразным склонам, включая заснеженные вулканы и горные массивы, что делает каждый спуск неповторимым и захватывающим. Стабильный снежный покров и обилие снегопадов, дают возможность более продолжительному сезону катания, предоставляя широкие возможности для активного отдыха [4, С. 3].

Особенности территории Камчатского края, которые отрицательно влияют на развитие туризма:

1. Удаленность территории. Одной из основных сложностей в организации туризма является отдаленное месторасположение Камчатки от центральных регионов России. Это создает проблемы с транспортной доступностью и повышает стоимость и длительность путешествия, что влияет на количество возможных туристов.

2. Недостаточное количество гидов. Важной частью фрирайд-туров на Камчатке является обеспечение высокого уровня безопасности. И для предоставления данных условий, является необходимым наличие квалифицированных гидов, обладающих знаниями о местных условиях и лавинной безопасности. Из-за большого оттока населения, появляется большой голод кадров, что является серьезной проблемой для развития индустрии туризма в Камчатском крае.

3. Недостаточно развитая инфраструктура. В связи с большой отдаленностью региона от центральных городов, доставка строительных материалов затруднительная, долгая и дорогая. Тем самым, в регионе

недостаточное количество мест размещений, ресторанов, оборудованных туристических троп и других привлекающих туристов инфраструктур, что является также ограничителем потенциала развития туризма в регионе.

4. Быстроменяющиеся погодные условия. Камчатка подвержена сложным и непредсказуемым погодным условиям в связи со своим географическим положением, которые влияют на проведение или отмену различных туристических активностей, внося изменения в программу, что также является фактором недовольства некоторых туристов.

5. Экологические проблемы и сохранение природы. В связи с большим и нерегулируемым увеличением туристического потока в регион, возникают катастрофические проблемы экологического характера, которые отрицательно влияют на экосистему территорий, такие как загрязнение природы, нарушение экосистем и угроза биоразнообразию. Важно разрабатывать устойчивые стратегии развития туризма, которые будут учитывать сохранение окружающей среды и минимизировать негативное воздействие на природу полуострова.

Но при этом Камчатский край имеет все возможности назвать себя мировым центром экстремального, активного и экотуризма [6, С. 5]. Так как Камчатка выделяется такими показателями, как:

1. Неповторимость природы. Одной из ключевых особенностей Камчатского края является его уникальная природа. Более 300 вулканов, из которых более 30 активны, создают неповторимый ландшафт и предоставляют возможности для экстремального туризма. Гейзеры, горячие источники, великолепные пейзажи и разнообразие флоры и фауны делают этот регион привлекательным для любителей природы и экотуризма;

2. Культурное наследие и традиции. Камчатка богата культурным наследием коренных народов, таких как коряки, чукчи, эскимосы ительменов, камчадалов, алеутов и других народов. Их традиции, обычаи, ремесла и фольклор являются неотъемлемой частью местной культуры, что является одной из причин привлекательности региона для туристов, желающих познакомиться с этим уникальным наследием.

3. Уникальность большого скопления активного вида отдыха. Камчатка охватывает широкий спектр возможностей для активного отдыха. Рафтинг, альпинизм, пешие походы, каякинг, подводное плавание, спуск с вулканов на горных лыжах при помощи вертолетов – heli-ski, серфинг в Тихом океане, катание на собачьих упряжках – это лишь небольшая часть видов активного отдыха, которые можно попробовать на этой территории.

4. Развитие специфических видов туризма, научные экспедиции (наблюдение за китами, бёрдвотчинг и т. д).

Камчатский край обладает уникальным и обширным туристским потенциалом, который складывается из природных, исторических, культурных достопримечательностей, что требует индивидуального подхода к организации туристской инфраструктуры с учетом специфики каждого района [7, С. 2]. Разнообразие и удаленность территории являются ключом к

успеху для строительства туристской инфраструктуры, отдаленной от городской среды с соблюдением концепции устойчивого развития и требований к санитарным и экологическим нормам. Однако наблюдаются большие проблемы с нехваткой квалифицированных гидов и недостаточно развитой инфраструктурой, в решении которых поможет реализация программ обучения и повышения квалификации инструкторов-проводников и фрирайд-гидов. А также привлечение инвестиций для создания новых горнолыжных курортов и улучшения уже действующих.

Библиографический список:

1. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. №580-ст). [Электронный ресурс]. – Информационно-правовой портал Гарант.ру, 1990-2025. // URL: https://base.garant.ru/57968956/?ysclid=mfdp30tlfe544622310 (дата обращения: 10.09.2025).
2. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Информационно-правовой портал Гарант.ру, 1990-2025. // URL: https://www.garant.ru (дата обращения: 02.09.2025).
3. Жуков А. А. Технология и организация операторских и агентских услуг: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / А. А. Жуков, С. О. Дерябина. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 208 с.
4. Камчатский туристический портал – всё о туризме на Камчатке. [Электронный ресурс] // Официальный сайт АНО «Камчатский выставочно-туристический центр».– [2021-2025]. – [Электронный ресурс]. // URL:https://visitkamchatka.ru/ (дата обращения: 07.09.2025).
5. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: электронное учебное издание (учебное пособие) / И. С. Кусов, Р. Р. Тимиргалеева, Н. В. Шабалина, Е. С. Каширина, С. В. Поспелова, И. В. Журавлева, И. Ю. Гришин, Е. А. Лукьяненко, Э. Р. Кутыева, А. Д. Никанорова (под общ. ред. Р. Р. Тимиргалеевой) – Электронные данные (7 Мб). – Майкоп: ЭлИТ, [2021]. // URL: https://201824.selcdn.ru/elit-142/pdf/978-5-6045802-5-7.pdf (дата обращения: 03.09.2025).
6. Сайт Акционерного общества «Корпорация Туризм.РФ» [Электронный ресурс] // АО «КОРПОРАЦИЯ ТУРИЗМ.РФ». – [2021-2025]. – [Электронный ресурс]. // URL: https://туризм.рф/ (дата обращения: 02.09.2025).
7. Сайт Министерства Туризма Камчатского края. [Электронный ресурс] // Официальный сайт исполнительных органов государственной власти Камчатского края. – [2001-2025]. – [Электронный ресурс]. // URL: https://www.kamgov.ru/ (дата обращения: 05.09.2025).
8. Кривцов О. Фрирайд – что это такое простыми словами. // Статья. – 2022. [Электронный ресурс]. // URL: https://pwdr.ru/blog/frirayd--chto-eto-takoe-prostymi-slovami (дата обращения: 05.09.2025).
9. Орлова А. Что нужно знать о катании в горах вне трасс? // Статья. – 2022. [Электронный ресурс]. // URL: https://www.championat.com/lifestyle/article-4614079-chto-takoe-frirajd-istoriya-tehnika-kataniya-i-mery-bezopasnosti.html (дата обращения: 01.09.2025).
10. В чём отличия – скитур, горнолыжный тур, фрирайд и хели-ски. // Статья. – 2021. [Электронный ресурс]. // URL: https://dzen.ru/a/YSevHtIWKC1u-bjm?ysclid=mb1f7yyh885344424 (дата обращения: 06.09.2025).

Современные возможности сохранения природного наследия

В. И. Акселевич
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Modern Possibilities of Preserving Natural Heritage

V. Akselevich
Russia, The St. Petersburg,The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *Природное наследие – это неисчислимые природные богатства, разнообразные ландшафты, красивейшие пейзажи нашей Родины. Это то, что досталось нам от предков, полито их кровью и никогда не должно достаться врагу. В докладе раскрываются тенденции и пути организации сохранения природного наследия, а также задачи пропагандистов, политических лидеров, журналистов, пиарщиков и всех патриотов нашего Отечества в указанной предметной области. Рассматриваются современные технологии и подходы к защите природных памятников, обсуждаются вопросы значимости природного наследия в патриотическом воспитании населения и молодежи.*
Ключевые слова: *природное наследие; природные памятники; патриотизм; природные богатства; технологии; климат; погодные условия; геополитическая обстановка.*
Abstract. *Natural heritage is the innumerable natural resources, diverse landscapes, the most beautiful scenery of our Motherland. This is what we got from our ancestors, watered with their blood and should never go to the enemy. The report reveals the trends and ways of organizing the preservation of natural heritage, as well as the tasks of propagandists, political leaders, journalists, PR specialists and all patriots of our Fatherland in this subject area. Modern technologies and approaches to the protection of natural monuments are considered, the issues of the importance of natural heritage in the patriotic education of the population and youth are discussed.*
Keywords: *natural heritage; natural monuments; patriotism; natural resources; technology; climate; weather conditions; geopolitical situation.*

В современном многополярном мире огромное значение приобретает природное наследие. Именно бескрайние просторы, уникальные разнообразные ландшафты, обилие полезных ископаемых, места обитания редких животных и произрастания редких растений, климатические условия на любой вкус – это то, что добыли и отстояли за тысячелетнюю историю наши предки. Природа – это то, что необходимо беречь.

ЮНЕСКО считает всемирным природным наследием 11 географических объектов на территории РФ. Это «Девственные леса Коми», озеро Байкал, вулканы Камчатки, «Золотые горы Алтая», Западный Кавказ, Центральный Сихотэ-Алинь, Убсунурская котловина, остров Врангеля и остров Геральд, плато Путорана, Ленские столбы и ландшафты Даурии. По количеству природных объектов Россия находится на 4-м месте, вслед за Китаем, Америкой и Австралией. [1]. Вышеупомянутые географические объекты включают в свой состав древние реликтовые леса, уникальные озера с чистой водой, красивые скалы, величественные горные массивы и вулканические

зоны, имеющие всемирное значение и необходимые для сохранения биоразнообразия и нормального течения природных процессов поистине планетарной значимости.

Россия представлена в Списке Всемирного наследия ЮНЕСКО 21 культурным объектом. Статус объекта Всемирного наследия имеют также 40 российских ООПТ. Среди них 13 государственных природных заповедников, 7 государственных природных национальных парков, 4 заказника федерального значения, 7 природных парков, 6 заказников регионального значения, 3 памятника природы регионального значения [1].

Существует масса стихийных бедствий, природных катастроф, приводящих к утере природных памятников, интереснейших мест, островов, озер и т.п. Можно привести в пример естественную природную катастрофу, которая произошла 3 июня 2007 г. в 14 ч. 20 мин по камчатскому времени. В результате обрушения крутых склонов был сформирован гигантский сложный оползень (объем сошедшей массы составил около 20 млн куб. м. Под оползень попали водопады, термальные площадки, постройки гейзеров [2].

Примерно с середины 20-го века началось потепление, приводящее к климатическим изменениям. Так, в городах России по рекомендации ВМО был принят новый климатический интервал (1991-2020 годы) вместо старого (1961-1990 годы) для определения норм метеорологических параметров, широко использующихся при анализе адаптации территории к изменению климата. Практически во всех российских городах, за исключением столицы Тувы Кызыла, наблюдалось увеличение годовой суммы среднемесячных температур за 30 лет [3].

Изменения климата значительно рельефнее выражены в северных районах, а поскольку до 65 % территории России занимают районы с «вечной» мерзлотой [4], то разрушение грозит серьезному количеству объектов: домов, трубопроводов, нефте- и газохранилищ и т. д.

Глобальное потепление несет России увеличение количества и интенсивности опасных природных явлений. С этим, например, связаны сравнительно более теплые зимы. Вместе с потеплением увеличиваются количество и сила природных пожаров [5].

Серьёзную опасность для России представляют и наводнения. Им подвержены Амур, Кубань, Тобол, Лена, Урал, Ия и прилегающие районы. Чаще всего наводнения в РФ отмечаются во время весенних паводков, но уровень воды в реках весьма часто превышает критические значения и из-за обильных дождевых осадков. В последние годы довольно часто в репортажах СМИ заметны огромные лужи на улицах городов. С одной стороны это связано с тяжестью ремонта систем ливневой канализации, а с другой – это последствия глобального потепления и учащения экстремальных погодных ситуаций.

В РФ фиксируется более 30 разновидностей опасных явлений погоды. Для слежения за ними используются искусственные спутники Земли, радиолокаторы, радиометры, плювиографы и ряд метеорологических

приборов. Для уменьшения потерь от природных катаклизмов необходима организация глобального мониторинга. И такой мониторинг успешно проводится специально уполномоченными государственными организациями, такими, как Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации, Росгидромет, органы государственной власти субъектов РФ.

Государственный мониторинг проводится в целях организации и регулярного проведения комплексных наблюдений за природой, оценки протекающих в ней процессов, прогноза состояния природной среды, сбора базовой информации в интересах принятия грамотных управленческих решений по охране природной среды.

Кроме того, за изменением природных условий следят члены Русского географического общества, Российского гидрометеорологического общества и ряда других общественных организаций. Регулярно проводятся съезды, конференции, экспедиции исследования и т. д.

Всё это безусловно является информационным поводом для СМИ. Поэтому осуществляя воспитательную и научно-исследовательскую работу, студенты должны следить за состоянием окружающей природной среды. Роль волонтеров, добровольцев в организации мониторинга природного наследия неоценима.

Успешность мониторинга во многом зависит от точности измерения метеорологических, геофизических, оптических и других современных приборов. Среди передовых направлений развития науки и техники выделяются цифровые технологии, биотехнологии, спутниковые методы мониторинга, робототехника и другие.

Ещё одной тенденцией современных исследований является усиление любви к Родине, примеры которой на проходящей в данный момент СВО, бесчисленны. Осознание природных богатств, которые они защищают, и величие нашей истории побуждают к героическим подвигам десятки и сотни тысяч наших воинов, а задача наших пропагандистов и пиарщиков вовремя разглядеть геройские поступки и воспеть их в СМИ.

Именно от СМИ во многом зависит сохранение природного наследия. От профессионализма и патриотических настроений журналистов и пиарщиков, повествующих об окружающей среде и коллизиях, связанных с ее охраной и устойчивым развитием, общество должно узнать правду об экологии и необходимых затратах на ее поддержание в нормальном состоянии. А чтобы грамотно писать о природном наследии студенты-пиарщики должны хорошо знать проблемы сохранения благоприятной природной среды. Главное противоречие заключается в том, что чисто экономически экономика и экология действуют в противоположных направлениях. Это противоречие смягчалось при социализме, но обостряется при капитализме, где главной целью производства является прибыль.

Социальное государство ставит в числе своих задач сохранение здоровья работающих и недопущение загрязнения и гибели окружающей природной среды, но оно вынуждено бороться с саботажем со стороны крупного и

жульнического капитала и опирается в этой непримиримой борьбе на прогрессивную общественность и достижения научно-технического прогресса.

Библиографический список:

5. Фонд «Охрана природного наследия» // URL: http://www.nhpfund.ru/world-heritage/russian-sites.html (Дата обращения 14.09.2025)
6. Всё о Долине гейзеров на Камчатке // URL: https://kronoki.ru/ru/kamchatka/kamchatka-objects/367.html(Дата обращения 14.09.2025).
7. Акселевич В. И., Мазуров Г. И. Сравнение изменения климатических норм за два 30-тилетних периода (1961-1990 и 1991-2020 г.г.) в городах России // Сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «География, экология, туризм: новые горизонты исследований» к 90-летию факультета географии, геоэкологии и туризма ВГУ (Воронеж, 10-12 октября 2024 г.). Изд. ВГУ: – Воронеж, 2024, том 1, – С.115-120.
8. Анисимов О. А., Жильцова Е. Л. Устойчивость экосистем Арктики при изменении климата//Метеорология и гидрология – № 5, 2022 – С.83-94.
9. Akselevich V. I., Ioshpa A. R. Climate Change and Causes of Natural Fires // Problems of Coastal Area Management to Ensure Environmental Safety and Rational Environmental Management. Proceedings of International Conference on EECS, 9-13 September 2024, Novorossiysk, Russia Conference proceedings © 2025 – pp. 48–56, 2025. https://doi.org/10.1007/978-3-031-90873-6_6.

Культурное и историческое наследие Кубы как фактор привлечения туристов

М. И. Астафьев, Е. В. Озеров, Е. А. Шеховцова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения

Cuba's cultural and historical heritage as a factor in attracting tourists

M. I. Astafyev, E. V. Ozerov, E. A. Shekhovtsova
Russia, Saint Petersburg, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation

Аннотация. *В данной статье рассматриваются история республики Куба и ее культурные особенности, привлекающие туристов на остров. Проведено исследование туристических показателей, а также основных достопримечательностей Кубы. Итогом проделанного исследования стало описание основных туристических мест острова и их влияние на туристический поток Кубы.*
Ключевые слова: *туризм; культурные ценности; историческое наследие; карибский бассейн; ретро-автомобили; Старая Гавана; долина Виньялес; парк Баконао.*
Abstract. *This article examines the history of the Republic of Cuba and its cultural features that attract tourists to the island. A study of tourist indicators, as well as the main attractions of Cuba, was conducted. The result of the study was a description of the main tourist sites of the island and their impact on the tourist flow of Cuba.*
Keywords: *tourism; cultural values; historical heritage; Caribbean; retro cars; Old Havana; Vinales Valley; Baconao Park.*

В наше время Куба принимает миллионы туристов со всего мира ежегодно. Например, в 2024 году Кубу посетило 2,2 миллиона туристов, в том числе 185,8 тысяч отдыхающих из России [6]. Большинство путешественников посещают остров ради природы и пляжей, однако не стоит думать, что страна может предложить гостям лишь отличный климат и отдых на побережье. Культурный и исторический потенциал Кубы гораздо обширнее, чем, кажется на первый взгляд. Более того, именно уникальное сочетание колониальной архитектуры, атмосфера замкнутости острова от внешнего мира и множество старых автомобилей начала и середины XX-го века, преспокойно проплывающих мимо прохожих, словно на дворе не 2025, а 1950, и обеспечивают стране своеобразную «изюминку», которая и привлекает туристов. Центром исторической застройки, бесспорно, следует считать Старую Гавану (она же Гавана Вьеха). Это исторический район, появившийся на острове еще в 1519 году. Практически весь исторический центр является объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО с 1982 года.

Главными достопримечательностями Гаваны Вьеха считаются Соборная площадь и площадь Армас. Собор Святого Христофора на Соборной площади является одним из наиболее важных религиозных зданий Республики. Оно было построено в XVIII веке и служило резиденцией архиепископа Гаваны. Собор до сих пор действующий и в нем регулярно проводят религиозные церемонии и концерты органной музыки. На площади Армас в свою очередь находится Городской музей Гаваны, Крепость Ла-Фуэрса и Часовня Эль–Темплете. Старая Гавана славится своими

колоритными домами с ярко окрашенными фасадами, большими деревянными окнами и железными балконами. Улица Обиспо является одной из самых популярных пешеходных улиц Старой Гаваны, где расположено множество сувенирных магазинов, баров и ресторанов [4]. В гавани Старой Гаваны расположена одна из самых старых крепостей в Новом Свете – крепость Ла-Реаль-Фуэрса, построенная в 1577 году для защиты города. Сегодня крепость Реаль-Фуэрса функционирует как Музей мореплавания, где можно увидеть посвященные истории экспозиции, модели кораблей, навигационные приборы и артефакты, связанные с историей кубинских портов, а также флюгер Ля-Джирадилья, символ Кубы. По легенде флюгер изображает супругу губернатора Кубы Эрнандо де Сото, которая управляла городом пока ее муж был в конкистадорском походе [2].

Не менее важными достопримечательностями Гаваны являются Капитолий и Большой театр Гаваны. Оба здания находятся уже не в исторической части города, но на главной улице Гаваны. Капитолий был построен в 1929 году и в то время являлся административным зданием, где заседал парламент страны. В наше время в этом здании размещается Национальная ассамблея народной власти, однако оно также открыто для туристов, которые могут посетить зал со статуей Республики, одной из самых больших бронзовых статуй в мире. Большой театр Гаваны Алисия Алонсо, в свою очередь, до сих пор выполняет свою основную функцию – служит домом для Национального балета Кубы и Национальной оперы Кубы. Здание, выполненное в стиле неоренессанса: его фасад украшен резными деталями из мрамора, колоннами и статуями.

За пределами Гаваны, в городке Сан-Франциско-де-Паула, находится дом-музей Эрнеста Хемингуэя, в котором он прожил в сумме около 20 лет и где были написаны такие произведения как «По ком звонит колокол» и «Старик и море». В доме сохранились мебель, книги, одежда писателя, а также его охотничьи трофеи и личная коллекция оружия. На территории музея также находится яхта «Пилар», на которой писатель часто выходил в Карибское море и рыбачил [1].

Остров Куба также полон природных достопримечательностей, например, долина Виньялес, расположенная в провинции Пинар-дель-Рио (3 часа езды от Гаваны). Вокруг долины расположились небольшие горы под названием Сьерра-де-лос-Органос. В самой долине расположены холмы «моготе», возраст которых не менее 160 миллионов лет. Главной достопримечательностью долины является пещера Санто-Томас – самая большая в Латинской Америке. Ее галереи тянуться на 45 километров [8].

На другом конце острова находится национальный парк Баконао в провинции Сантьяго-де-Куба. Парк имеет площадь около 80 тысяч гектаров и на его территории собрано множество природных экосистем. Для туристов также открыта долина доисторического периода площадью около 11 гектаров. На ее территории расположены более 200 скульптур доисторических существ. Также в парке находится океанариум, где проводят шоу с дельфинами, а гиды

водят экскурсии на древние кофейные плантации, где еще сохранились старинный особняк и колониальное кладбище [3].

В двух километрах на запад от парка Видаль в Санта Кларе находится Мавзолей Эрнесто «Че» Гевары. Именно в этом городе произошла решающая битва Кубинской революции, в которой повстанцы под командованием Эрнесто Че Гевары одержали победу в 1958 году. В 1988 году на этом месте был расположен мемориальный комплекс в честь 30-летия победы, а в 1997 году в мавзолее состоялось погребение Че Гевары, останки которого вернули на Кубу вместе с останками еще 17 его товарищей, убитых в Боливии. В музее представлено множество документов, фотографий и личных вещей Че Гевары, среди которых его знаменитый берет со звездой и оружие [7].

Не последнее место в уникальной атмосфере Кубы занимают олдсмобили – старые автомобили начала и середины XX-го века, ставшие отдельной частью культурного наследия острова. Напротив Большого театра Гаваны, рядом с Капитолием находится большая стоянка этих своеобразных «капсул времени». На ней можно взять любой ретро-автомобиль напрокат или просто сфотографироваться с ним. На сегодняшний день, автопарк острова насчитывает около 600 тысяч старинных машин, представленных в основном, американскими моделями 40-ых годов прошлого века. Самыми популярными моделями являются Cadillac Eldorado (символ богатства и успеха у кубинцев), Ford Galaxie (ценится у местной молодежи из-за мощного двигателя) и Chevrolet Bel Air.

Секрет долговечности этих Олд таймеров, снующих по улицам кубинских городов, заключается в постоянной модернизации и замене оригинальных запчастей аналогичными деталями. Жители острова понимают и ценят историческое наследие, представленное в этих музейных экспонатах – в Гаване организован музей старинных автомобилей с весьма богатой экспозицией, украшением которой является зелёный Chevrolet Bel Air, принадлежавший Че Геваре [5].

Как мы видим, отдых на Кубе – это не только знойные пляжи и пятизвездочные отели с бассейнами и СПА. Остров Свободы – это также богатое культурное и историческое наследие, которое зачастую и привлекает путешественников, даже если сами они этого и не замечают.

Библиографический список:

1. Visitar Cuba. Дом-Музей Эрнеста Хемингуэя. // URL: https://www.visitarcuba.ru/Дом-Музей-Эрнеста-Хемингуэя (дата обращения 11.09.2025).
2. Visitar Cuba. Замок Королевской Силы. // URL: https://www.visitarcuba.ru/Замок-Королевской-Силы (дата обращения 10.09.2025).
3. Visitar Cuba. Парк Баконао, Сантьяго-де-Куба. // URL: https://www.visitarcuba.ru/Парк-Баконао (дата обращения 12.09.2025).
4. Мадина Даутова. Достопримечательности Кубы. // URL: https://freedom-travel.kz/media/guide/30-glavnykh-dostoprimechatelnostei-kuby/ (дата обращения 10.09.2025)
5. Марина Аверкина. Автопарк Кубы постепенно преображается. // URL: https://quto.ru/journal/news/vremya-pokazhet-avtopark-kuby-to-li-preobrazhaetsya-to-li-teryaet-svoi-kolorit-17-09-2024.htm (дата обращения 12.09.2025).

6. Новости Латинской Америки. Латиноамериканский туризм. // URL: https://latinamericareports.com/cuban-tourism-industry-continues-decline-in-2025/12173/ (дата обращения 09.09.2025).
7. ПакГруп. Мавзолей Че Гевары. URL: https://www.pac.ru/guide/cuba/landmarks/che-guevara-mausoleum/ (дата обращения 12.09.2025).
8. Тонкости туризма. Долина Виньялес: как добраться, природные памятники, обитатели, маршруты. // URL: https://tonkosti.ru/Долина_Виньялес (дата обращения 11.09.2025).

Географические эффекты размещения реликтового советского нематериального наследия Ленинграда – Санкт-Петербурга

К. А. Галустов
Россия, Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления РАНХиГС

Geographical effects of the relict Soviet intangible heritage placement of Leningrad - St. Petersburg

K. Galustov
Russia, St. Petersburg, North-West Institute of Management RANEPA

Аннотация. *В настоящем исследовании анализируется сохранившееся реликтовое наследие советского периода в современном Петербурге, а именно: кафе, магазины, бани, кинотеатры. Это первая попытка обобщить данные обо всех заведениях, продолжающих или продолжавших долго функционировать после советского периода. Автор предпринимает попытку детально исследовать подобные объекты и найти ключевые пространственные закономерности в их размещении.*
Ключевые слова: *нематериальное культурное наследие; реликтовые места; география реликтового нематериального культурного наследия.*
Abstract. *This study analyzes the surviving relict heritage of the Soviet period in modern Saint Petersburg: cafes, shops, baths, cinemas. This is the first attempt to generalize data on all establishments that continue or continued to function for a long time after the Soviet period. The author investigates such objects and find key spatial patterns in their placement.*
Keywords: *intangible cultural heritage; relic sites; geography of relic intangible cultural heritage.*

Пространство Санкт-Петербурга традиционно притягивает к себе интерес общества, инвесторов, туристов, здесь реализуются крупные инвестиционные проекты и проводятся спортивные мероприятия. Здесь разбиваются новые парки, набережные, открываются кинотеатры, появляются новые кафе, рестораны, магазины.

Некоторые из таких объектов обладают чрезвычайной уникальностью. В Петербурге существуют места, открытые в советское или даже досоветское время и функционирующие по сей день. При этом они сохраняют прежнюю функцию и былой бренд. В рамках нашего исследования мы полагаем, что такие учреждения являются частью нематериального культурного наследия городской среды, под которым, согласно Конвенции об охране нематериального культурного наследия ЮНЕСКО понимают формы представления и выражения, знания и навыки, а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства, признанные сообществами, группами и, в некоторых случаях, отдельными лицами в качестве части их культурного наследия [2]. При этом нас интересуют только отдельные пространства, несущие следы былой эпохи. Согласно Толковому словарю Ушакова, реликт (relictu – оставленный) – это вещь, явление или организм, сохранившиеся как пережиток от древних эпох [3].

«Реликтовые» места вкупе с топонимикой – носители уникального, собирательного знания, символизируют пространство. Их, согласно

В. Н. Калуцкову, можно назвать «невербальным уровнем городского сверхтекста» [1].

Мы задались целью отыскать все подобные места в четырёх сферах:

- общественное питание (кафе, рестораны, бары);
- магазины;
- кинотеатры;
- бани.

Приведём в качестве примера таблицу продовольственных и хозяйственных магазинов, сохранивших свою функцию с советского времени (Табл. 1).

Табл. 1 Магазины – элементы реликтового нематериального наследия советского времени (Составлено автором).

Магазины		
№	**Наименование**	**Местоположение**
1	«Елисеевский» магазин (Магазин братьев Елисеевых) (с 1903)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 56/8
2	Ювелирный магазин Фаберже, «Яхонт» («Ювелирторг») (с 1899)	Б. Морская ул. (ул. Герцена), д. 24
3	«Дом книги» в Доме Зингера (с 1919)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 28
4	Дом военной книги (статус: ЗАКРЫТ в 2012, теперь кафе «Библиотека»)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 20
5	Часовой магазин «Павел Буре» на Невском (статус: ЗАКРЫТ)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 23
6	Книжная лавка писателей (с 1934, до революции также книжный)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 66
7	Аптека доктора Пеля и сыновей (с 1770)	7-я линия В.О., д. 16-18
8	Булочная-кондитерская на Рубинштейна (Кондитерская Ж. Борман) (статус: ЗАКРЫТ)	Ул. Рубинштейна, д. 29/28
9	Магазин «Диета» (работал с 1970-х до 2019 года, статус: ЗАКРЫТ)	Гороховая ул. (ул. Дзержинского, д. 45)
10	Фотоателье Карла Булла (Фотосалон в Доме Демидовых)	Малая Садовая ул., (ул. Пролеткульта, д. 3/54)
11	ДЛТ - «Дом ленинградской торговли»	Б. Конюшенная ул. (Желябова ул.), д. 21-23
12	Магазин «Подписные издания» («Академкнига») (с 1926)	Литейный пр., (Володарского пр.), д. 57
13	Универсам «Невский» (с 1975)	Пр. Большевиков, д. 6
14	Универсам «Гаванский» (с 1976)	Наличная ул., д. 42
15	Универсам «Северный» (с 1974)	Пр. Просвещения, д. 74
16	Универмаг «Кировский»	Пл. Стачек, д. 9
17	Универмаг «Московский»	Московский пр. (пр. Сталина), д. 205, 220
18	Универмаг «Нарвский»	Ленинский пр., д. 120-138
19	Магазин «Художественные промыслы»	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 51
20	Гастроном на Некрасова (с 1950-х) (статус: ЗАКРЫТ)	Ул. Некрасова, д. 18
21	Магазин «Дом семян»	Садовая ул. (ул. 3 июля), д. 35
22	Магазин «Музыка» (сейчас Музыкальный магазин «Живой звук»)	Средний пр. (пр. Мусоргского), д. 48/27

23	Большой Гостиный двор (с 1785)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 35
24	Петербургский пассаж (с 1848)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 48
25	Магазин «Спорт»	Пр. Шаумяна, д. 2
26	Гостиный Двор Кронштадтторга	г. Кронштадт, пр. Ленина, д. 16
27	Спецавтоцентр «Автоваз» (сейчас СЦ «Питер-Лада»)	Кингисеппское шоссе, д. 50
28	Дом Обуви	Красногвардейская пл. (пл. Брежнева), д. 6
29	Ювелирный магазин «Кристалл» («Ювелирторг»)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 34
30	Ювелирный магазин «Гранат» («Ювелирторг»)	Бухарестская ул., д. 72
31	Ювелирный магазин «Изумруд» («Platinor»)	Московский пр. (пр. Сталина), д. 184
32	Ювелирный магазин «Алмаз» («Ювелирторг»)	Пр. Ветеранов, д. 87
33	Ювелирный магазин «Агат» («Ювелирторг»)	Садовая ул. (ул. 3 июля), д. 47
34	«Фарфор» (сейчас «Императорский фарфор»)	Невский пр. (пр. 25 октября), д. 147
35	Дом Мод (с 1968)	Каменноостровский пр. (Кировский пр.), д. 37
36	Дом Ткани	Ул. Комсомола, д. 45
37	Калининский универмаг (сейчас ТЦ «Калининский»)	Кондратьевский пр., д. 40
38	Северо-Муринский универмаг	Пр. Просвещения, д. 84
39	Выборгский универмаг	Лесной пр., д. 37

На первом этапе исследования мы составили подробный список всех реликтовых мест на основе различных источников. На втором этапе мы определили местоположение и время основания места. Третьим этапом стало картирование и определение географических закономерностей размещения реликтового наследия. Также для примера приведём картосхему размещения по-прежнему открытых и недавно закрытых магазинов (Рис. 1).

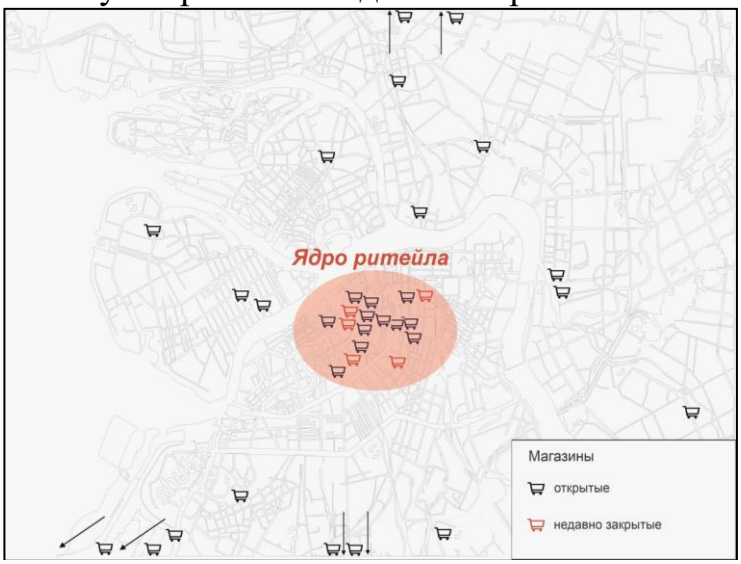

Рис. 1. Географическое распределение действующих или недавно действовавших магазинов

Как оказалось, сфера ритейла максимально волатильна и подвержена влиянию рыночных изменений [4]. Магазинов, сохранивших свою функцию, совсем немного, и большинство из них дожило до нашего времени в сильно видоизменённом виде. Самый высокий уровень устойчивости показала ювелирная отрасль. По всей видимости, это связано с массовой приватизацией магазинов под брендами «Ювелирторг» и Platinor в 1990-е годы.

В отличие от большинства типов магазинов, география кинотеатров и бань показывает более высокий уровень устойчивости в силу более низкой конкуренции, более специфического вида деятельности.

Автор предпринимает пилотную попытку анализа объектов нематериального реликтового наследия в городской среде Ленинграда – Санкт-Петербурга. В современный период обнаруживаются районы тяготения к сохранению реликтового наследия – Центральный, Адмиралтейский, Петроградский, Московский. Тогда как в некоторых районах его количество единично (Невский, Красносельский, Приморский). Это, в свою очередь, показывает, что существует определённое ядро (центр) и периферия распространения реликтового нематериального наследия.

По итогам исследования следует отметить следующее:

1) сформировано «советское ядро реликтового наследия», что может быть использовано как один из подходов к определению центра и периферии Ленинграда - Петербурга;

2) границы «советского ядра реликтового наследия» могут отличаться от границ «имперского ядра» и современной ситуации;

3) некоторые бренды живут дольше своих материальных мест [5] и могут даже перемещаться в пространстве.

Библиографический список:

1. Калуцков В. Н. Литературная география: учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2024. 118 с.
2. Конвенция об охране нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. – 2003. – 175 с.
3. Толковый словарь русского языка: В 4 т. – М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935-1940. Под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ, 1935.
4. Швецова И. Н., Бадокина Е. А., Ильина Л. И., Бочкова С. В., Некрасова Г. А., Уляшева, Л. Г., Шабловская, Д. В. Факторы роста рыночной стоимости корпораций: теоретический взгляд. – 2020. – С. 76-78.
5. Чечулин А. В. Стратегические коммуникации в программах маркетинга территорий // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – 2016. – №. 2. – С. 201-206.

Молодежные экспедиции как инструмент развитие внутреннего туризма и формирования компетенций у молодого поколения

Ю. В. Камышкова-Ковальчук
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Youth expeditions as a tool for developing domestic tourism and forming the competencies of the young generation

Y. V. Kamyshkova-Kovalchuk
Russia, The St. Petersburg,The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматриваются программы по развитию молодежного внутреннего туризма. На примере реализованной в 2025 году Санкт-Петербургским университетом технологий управления и экономики экспедиции «Молодежный код города» в Череповец анализируется практико-ориентированного подход в обучении, сочетающий в себе исследовательскую, культурно-познавательную и медийную деятельность.*
Ключевые слова: *молодежная экспедиция; внутренний туризм; Студтуризм; туризм; «Молодежный код города»; Череповец; СПбУТУиЭ.*
Abstract. *The article discusses programs for the development of youth domestic tourism. Using the example of the «Youth City Code» expedition to Cherepovets implemented in 2025 by the St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, a practice-oriented approach to teaching combining research, cultural, educational and media activities is analyzed.*
Keywords: *youth expedition; domestic tourism; student tourism; tourism; «Youth city code»; Cherepovets; UMTE.*

Развитие внутреннего туризма в Российской Федерации – одна из приоритетных национальных задач. Направление «Туризм и гостеприимство» включено в «Национальные проекты России» [9]. В его рамках финансирует строительство и реконструкция туристических объектов, территорий и маршрутов, проводятся фестивали. Разработан и наполняется национальный туристический портал Путешествуем.РФ [4].

Для молодого поколения в 2021 году создана «Программа молодежного и студенческого туризма», сокращенное наименование «Студтуризм» [7]. Суть программы заключается в партнерстве между вузами страны и предоставлении доступного жилья для молодежи. Участниками программы могут стать граждане в возрасте от 18 до 35 лет. Для участия необходимо зарегестрироваться на портале, выбрать федеральный округ, населенный пункт, образовательную организацию и тип размещения, отправить заявку. Вузы предоставляют возможность занятий в профориентационных, научно-популярных и культурно-познавательных треках.

Федеральное агентство по делам молодежи («Росмолодежь») в рамках национального проекта «Молодежь и дети» реализует программу «Больше, чем путешествия» [1]. Суть программы заключается в предоставлении молодым людям, победителям олимпиад и конкурсов, возможности бесплатно путешествовать по стране в рамках тематических туристических маршрутов с

образовательной, познавательной и социальной составляющей. Цель – не только показать уникальные места, но способствовать личностному развитию, самореализации и формированию активной гражданской позиции.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» с 2017 года проводит конкурс «Открываем Россию заново» [2]. Он предполагает отбор и проведение студенческих экспедиций. Экспедиции, прошедшие отбор, получают поддержку – обеспечивается проезд, проживание, питание, экскурсионная программа для участников и наставников. Цель конкурса определена как: «создание социальных лифтов для личностной и профессиональной самореализации студентов через получение ими актуального социального и профессионального опыта посредством включения в активную проектную и/или исследовательскую деятельность в региональной повестке развития» [3]. То есть формат экспедиции предполагает проектную деятельность с получением знаний и навыков, освоением компетенций. Пример экспедиций, реализованных в 2025 году:

– «Лес и стекло – 200 лет вместе: исследование локальной истории и культуры села Петровское Республики Марий Эл». Время проведения 22-29 июня. Организаторы проект «Петровское ТУР». В ходе экспедиции участники оцифровали архив протоколов сельских сборов почти столетней давности. Студенты предложили возродить традицию издания газеты «Забытый уголок» [12].

– «Дорога к маяку». Время проведения 16-27 августа 2025. Организатор экспедиции: ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова». В рамках экспедиции студенты участвовали в благоустройстве территории у Зимнегорского маяка и метеостанции [11].

Ю. П. Грицак определял экспедицию как «путешествие, которое проводится с учащейся молодежью с целью изучения истории родного края, окружающей среды, явлений социальной жизни, цивилизации, исследования географических, этнографических, исторических объектов с использованием технических средств передвижения или без них» [8, С. 396]. Программа экспедиции в классическом варианте состоит из трех направлений [10, С. 447]:

1. Познавательное, включает работу в исследовательско-научном направлении.

2. Досуговое, наполнено культурными мероприятиями.

3. Практическое.

В Санкт-Петербургском университете технологий управления и экономики (СПбУТУиЭ) в 2025 году была реализована экспедиция «Молодежный код города» в Череповец. Ее цели: проведение исследования для выявления критериев привлекательности города среди молодого поколения; изучения «образа молодежи»; посещение достопримечательностей, представляющих наибольший интерес для аудитории; создание фото и видеоконтента. Экспедиция была разработана и

реализована, согласно всем направлениям, описанным выше, и включала три этапа.

На первом подготовительном этапе была проведена работа по сбору команды участников и наставников. Организованы мастер-классы по разработке маршрутов, подготовке и проведению интервью, сбору и обработке данных, съемке фото и видео материала. Проведено несколько организационных собраний. Куплены билеты, забронировано жилье по программе «Студтуризм» в общежитии Череповецкого государственного университета (ЧГУ). Налажены контакты с принимающей стороной.

Второй этап, собственно, сама экспедиция. Четыре участника – студенты с первого по третий курс разных специальностей и два наставника из профессорско-педагогического состава отправились железнодорожным транспортом из города Санкт-Петербурга в Череповец. Продолжительность экспедиции – 6 дней. В ее ходе студенты посетили музей первого градоначальника И. А. Милютина, усадьбу Гальских, музей металлургической промышленности ПАО «Северсталь», интерактивно-познавательный центр «Зеленая планета ФосАгро», музей военной техники «Парк Победы», редакцию газеты «Голос Череповца». Взяли интервью у представителей администрации и студентов ЧГУ, у сотрудников и активистов Череповецкого молодежного центра (ЧМЦ), у менеджеров управления социальной политики и нематериальной мотивации ПАО «Северсталь». Встретились с администрацией города Череповец. Сняли интервью, влог, фото и видео для коротких роликов. В ходе экспедиции публиковали контент в режиме реального времени в социальных сетях проекта.

Третий этап – формирование результатов экспедиции. После возвращения из экспедиции была собрана обратная связь от участников. А также смонтировано и выложено десять интервью, одиннадцать коротких роликов, один влог. Создано два туристических маршрута. Об экспедиции написали на новостном городском портале CherInfo [5], на сайте СПбУТУиЭ [6], в социальных сетях программы «Студтуризм» и ЧМЦ. Еще одним из важных результатов является то, что у студентов отработаны навыки, получены знания и усвоены компетенции. Также участников экспедиции пригласили пройти практику и стажировки на предприятиях города.

Формат экспедиции как практико-ориентированного обучения показал себя с наилучшей стороны и рекомендован к масштабированию, и применению в подготовке специалистов широкого профиля.

Библиографический список:

1. Больше, чем путешествия // URL: https://morethantrip.ru/about (дата обращения 07.09.2025).
2. «Открываем Россию заново» // URL: https://openrussia.rsv.ru/ (дата обращения 08.09.2025).
3. Положение конкурса «Открываем Россию заново» // URL: https://drive.google.com/file/d/1YlTTjwMIVgcNzjFZeSNgiASqAwW13ycz/view (дата обращения 08.09.2025).

4. Путешествуем.РФ // URL: https://xn--b1afab9anqfdfg9c.xn--p1ai/ (дата обращения 07.09.2025).
5. Студенты из Петербурга изучат молодежный код Череповца // URL: https://cherinfo.ru/news/141171-studenty-iz-peterburga-izucat-molodeznyj-kod-cerepovca (дата обращения 09.09.2025).
6. Студенты СПбУТУиЭ исследовали молодежный код Череповца // URL: https://www.spbume.ru/ru/viewnews/7622/ (дата обращения 09.09.2025).
7. Студтуризм // URL: https://xn--d1agcrrehbhc.xn--p1ai/ (дата обращения 07.09.2025).
8. Тебенькова, Е. А. Технология организации учебных научно-туристических экспедиций / Е. А. Тебенькова, И. Н. Зайцева // Исследователь/Researcher. – 2023. – № 4(44). – С. 396-402.
9. Туризм и гостеприимство. Национальные проекты // URL: https://xn—80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/new-projects/turizm-i-gostepriimstvo/ (дата обращения 07.09.2025).
10. Чаркин Д. В. Туристическая и экспедиционная деятельность как средство формирования экологической культуры учащихся / Д. В. Чаркин // Science Time. – 2017. – № 1(37). – С. 446-448.
11. Экспедиция «Дорога к маяку» // URL: https://openrussia.rsv.ru/students25 (дата обращения 08.09.2025).
12. Экспедиция «Лес и стекло – 200 лет вместе» // URL: https://openrussia.rsv.ru/students25 (дата обращения 08.09.2025).

Блог-тур как инструмент для продвижения городов

А. А. Торопова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Blog tour as a tool for promoting cities

A. A. Toropova
Russia, The St. Petersburg, The St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

Аннотация. *В статье рассматривается потенциал блог-туров как инструмента продвижения небольших городов, сталкивающихся с различными социально-экономическими проблемами. Особое внимание уделяется планированию блог-тура как средства, который позволяет создать кампанию по охвату молодежи через их ключевые интересы. Рассматривается, как демонстрация возможностей для профессионального и личного роста помогает в создании брендинга территории. На примере конкретного кейса города Череповца разбирается структура организации блог-тура, включающего в себя посещение учебных заведений, предприятий города и создание контента. На основе анализа формируется заключение, что блог-тур является эффективной стратегией для формирования привлекательного образа города и может способствовать увеличению туристического потока, а также привлечению молодежи в небольшие города.*
Ключевые слова: *блог-тур; продвижение города; городской брендинг; маркетинг территорий; молодежная политика; устойчивое развитие региона; Череповец; медиакоммуникации; видеосъемка.*
Abstract. *The article examines the potential of blog tours as a tool for promoting small towns facing various socio-economic problems. Particular attention is paid to planning a blog tour as a tool that allows creating a campaign to reach young people through their key interests. Considers how demonstrating opportunities for professional and personal growth helps in creating place branding. Using the example of a specific case of the city of Cherepovets, the structure of organizing a blog tour is analyzed, including visiting educational institutions and enterprises and creating content. Based on the analysis, a conclusion is made that a blog tour is an effective strategy for creating an attractive image of a city, which helps to increase tourist flow and attract young people to small towns.*
Keywords: *blog tour; promotion of small town; city branding; territorial marketing; youth policy; sustainable development of region; Cherepovets; media communications; video filming.*

Многие небольшие города, несмотря на их уникальную историю, культурный потенциал, изящную архитектуру, остаются незамеченными туристами. Это вызывает социально-экономические проблемы: массовый отъезд молодежи в более крупные города, стагнацию местной экономики, кадровый дефицит, демографический кризис [5, С. 57]. Для преодоления препятствий на пути к процветанию города необходимо искать различные способы, которые смогут показать, какие возможности ожидают людей в конкретной местности.

Современные технологии стали неотъемлемой частью жизни людей, благодаря интернету информация о различных сферах жизни стала более доступной. В цифровом пространстве возрастает популярность к мегаполисам, в то же время интерес к небольшим городам является низким.

В условиях растущей конкуренции с большими городами растет потребность в просвещении с помощью современных технологий, в том числе через социальные медиа. Именно цифровизация открывает новые возможности для брендинга территорий. Брендинг территорий – стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон в целях привлечения туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов [4, С. 142]. Брендинг территорий помогает в создании положительного образа города, что способствует притоку перспективных кадров и развитию туризма.

Одним из инструментов медиакоммуникаций является блог-тур. Блог-тур представляет собой туристический контент, который распространяется в формате видеороликов. К основным функциям современного блог-тура относятся: ориентация зрителя в вопросах планирования путешествий; помощь в визуализации будущей поездки; предоставление списка достопримечательностей, обязательных к посещению; планирование путешествия и минимизация возможных рисков; мотивация зрителя на путешествия и другое, что делает его эффективным инструментом брендинга территорий в цифровой среде [2, С. 80].

Блоги travel-направленности наиболее часто сгруппированы по нишам. Например, выделяют travel-блоги, в зависимости от геолокации путешествий: международные, внутренние, путешествия по регионам мира. Также travel-блоги можно разделить на ознакомительные и практические. В практических блогах не только показывают свои путешествия, но и дают путешественникам и туристам ценные советы. Например, как найти жилье, где купить билеты дешевле, как продумать маршрут наиболее рациональным способом, можно встретить и другие советы для путешественников. В классическом виде travel-видеоблог состоит из идеи и концепции, визуальной и аудиальной составляющей [2, С. 80]. При создании travel-блога необходимо обратить внимание на пользу, уникальность, план создания контента. Также важными критериями являются качество съемки, монтаж и чистый звук речи.

У небольших городов есть множество возможностей, которые они могут предложить людям, но из-за неприметности остаются незамеченными. Отъезд молодежи в мегаполисы, отсутствие туристической инфраструктуры, брендинга и известности ведет к усилению социально-экономических проблем, которые могут привести к катастрофическим сложностям. Закрытие малого бизнеса, отсутствие бюджета для ремонта зданий и дорог, негативные социальные явления – все это может возникнуть без тщательного внимания к поиску решения трудностей. Основными целями для их решения являются привлечение на территорию и закрепление на ней высококвалифицированного трудоспособного населения (вследствие финансирования социальной инфраструктуры, активных действий по защите окружающей среды, создания условий по получению высоких доходов и заработной платы), а также повышение имиджа территории в окружающем пространстве [3, с. 32]. Анализ возможностей блог-туров в решении проблем небольших городов представлен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ возможностей блог-туров в решении проблем городов

Проблема	Способ решения	Результат
Отток молодежи	Восприятие города меняет создание позитивного, благоприятного, динамичного и современного образа	Территория начинает рассматриваться не только как место для отпуска, но и как место для жизни, работы и самореализации
Неразвитая туристическая инфраструктура	Блог-туры помогают выделить конкретные объекты (кафе, культурные пространства, музеи), это помогает создать точки роста для туризма	Прямые упоминания интересных мест и предпринимателей ведет к потоку туристов и местного населения
Отсутствие брендинга территории	Контент про различные сферы жизни города позволяет сформировать уникальный образ	Возникновение ассоциаций, эмоций, вдохновения, связанных с городом
Недостаток известности	Блог-туры помогают создать мультиформатный контент (посты, видео, фото) в интернете, что позволяет привлечь аудиторию	Повышение узнаваемости и привлекательности города, привлечение туристов

За счет создания яркого мультиформатного контента, через блог-тур можно сформировать образ города, привлекательный для жизни, работы и туризма, установить доверие с аудиторией, повысить узнаваемость и привлекательность территории. Эмоции, ассоциации и личный опыт формируют у зрителей новое мнение о городе. Блог-тур – это катализатор устойчивого развития территории, помогающий решить продолжительные сложности в разных сферах жизни.

Блог-туры в России активно развиваться с помощью программы «Студтуризм» [4]. «Программа молодежного и студенческого туризма» в проектном формате позволяет студентам посетить другой город с целью создания контента. Например, в августе 2025 года студенты из разных вузов страны отправились в блог-тур в Новосибирск. Во время поездки студенты делились на камеру своими впечатлениями и эмоциями, рассказывали о том, какие места они посещали, что нового узнали. Размещенный в социальной сети ВКонтакте блог-тур набрал 1100 просмотров, 72 лайка, 10 комментариев и 8 репостов [1]. Большая часть комментариев содержала информацию о том, как другие студенты хотели бы теперь посетить Новосибирск и насколько качественно снят контент.

Для наглядного примера рассмотрим организованный блог-тур в город Череповец от Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики в рамках реализации в вузе программы «Студтуризм». Первые ассоциации с городом, которые возникли у участников блог-тура во время

подготовки к нему: загрязненный воздух, отсутствие интересных для посещения мест, мрачная атмосфера. Главной задачей поездки было детальное изучение города для переформирования образа Череповца.

К разработке плана контента подходили тщательно, чтобы показать территорию с разных, порой неочевидных, сторон. В ходе тура велась фото- и видеосъемка посещаемых мест. Участники брали интервью у горожан, чтобы узнать, чем живут жители города Череповец, какие у них любимые места, где проводят свой досуг и как видят молодежь города. Учащаяся молодежь Череповецкого государственного университета поделилась тем, что, по их мнению, возможности для саморазвития в Череповце ничем не уступают крупным городам. Также знаковым моментом тура стало посещение музея металлургической промышленности. При посещении было взято интервью у менеджеров управления социальной политики и нематериальной мотивации ПАО «Северсталь», где акцент был сделан не на производственном процессе, а на кадровой политике. В ходе интервью рассказали о возможностях карьерных перспектив для молодежи. Во время посещения редакции газеты «Голос Череповца» была проведена видеосъемка места работы редакции для привлечения внимания аудитории, работающей в сфере медиа. Участники за время блог-тура также смогли узнать больше о том, как город борется с загрязнением воздуха в музее «ФосАгро». Интересным решением было создание видеоролика, где действующие лица блог-тура рассказывали о своем первом и последнем дне в Череповце. Данная концепция помогла выявить, насколько поменялось мнение туристов о городе и какие эмоции смогли ощутить от путешествия. На основе ответов на вопрос «Какая она молодежь города Череповца?» был разработан портрет молодежи с помощью искусственного интеллекта. Было создано 38 постов, которые включат в себя фото- или видеосъемку. 502 реакции от зрителей – это общая сумма лайков, комментариев и репостов. На основе этих показателей можем предположить, что уровень вовлеченности достаточно хороший. Результатом блог-тура стал брендинг территории, включающий значимые символы, образы и локации, что поможет привлечь внимание молодежи и повысить мотивацию к путешествию и переезду в город Череповец.

На основе проведенного анализа можно установить, что блог-тур не только маркетинговый инструмент для продвижения, но также возможность привлечь туристов и новых жителей города. Пример на основе блог-тура в город Череповец показал, что успех стратегии зависит от способности работать с созданием положительного образа города. Благодаря грамотно выстроенному плану и разработанному контенту, город, воспринимавшийся исключительно через призму промышленности, продемонстрировал себя как площадка для реализации профессиональных амбиций молодежи. В перспективе привлеченная аудитория трансформируется в туристический поток, который даст местному бизнесу возможность процветать. В решении демографического кризиса влияет то, что территория становится привлекательной не только в качестве путешествия, но и как место, где захотят

остаться жить. Искренность и личный опыт помогает установить связь с аудиторией, которую не стимулирует прямая реклама. Следовательно, организацию блог-туров следует рассматривать как метод создания бренда территории, что поможет вывести небольшой город на траекторию динамического развития.

Библиографический список:

1. Блог-тур Новосибирск. // URL: https://vk.com/wall-212451655_5694 (дата обращения 08.09.2025).
2. Головина О. Г. Travel-блог: причины феноменальной популярности и тенденции развития // Вестник магистратуры, 2021. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/travel-blog-prichiny-fenomenalnoy-populyarnosti-i-tendentsii-razvitiya (дата обращения 08.09.2025).
3. Жильцова О. Н. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 261 с.
4. Программа Студтуризм. // URL: https://xn--d1agcrrehbhc.xn--p1ai/ (дата обращения 14.09.2025).
5. Угрюмова А. А. Маркетинг территорий: учебник для вузов / под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 451 с.
6. Ускова Т. В. Стратегические приоритеты развития малых и средних городов // Экономические и социальные перемены, 2021. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-prioritety-razvitiya-malyh-i-srednih-gorodov (дата обращения 13.09.2025).

Перспективы использования липецких минеральных вод как ресурса лечебно-оздоровительного туризма

Д. Д. Фефелова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский Государственный университет промышленных технологий и дизайна

Prospects for using Lipetsk mineral waters as a resource for medical and health tourism

D. Fefelova
Russia, Saint Petersburg, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Аннотация. *Лечебно-оздоровительный туризм – один из самых популярных видов. Существует множество точек дестинации этого вида туризма как в России, так и по всему миру. С каждым годом открывается как можно больше санаториев, пансионатов, лечебных курортов. Некоторые из них известны на всю страну, а некоторые остаются в тени и ждут огласки. В моем родном городе есть один замечательный оздоровительный курорт со своей уникальной историей. В статье мы разберем почему именно он заслуживает внимания и огласки.*
Ключевые слова: *Липецк; минеральные воды; курорт; бювет; туризм; история; наука.*
Abstract. *Medical and health tourism is one of the most popular types of tourism. There are many destinations for this type of tourism both in Russia and around the world. Every year, more and more sanatoriums, boarding houses, and medical resorts are opened. Some of them are well-known throughout the country, while others remain in the shadows and await recognition. In my hometown, there is a remarkable health resort with a unique history. In this article, we will explore why this resort deserves attention and recognition.*
Keywords: *Lipetsk; mineral water; resort; water fountain; tourism; history; science.*

Лечебно-оздоровительный туризм в России переживает этап трансформации. С одной стороны, растет внутренний спрос на качественные услуги оздоровления, что стимулируется государственной политикой импортозамещения и повышением внимания граждан к собственному здоровью. С другой стороны, значительная часть санаторно-курортного фонда страны, унаследованного от СССР, страдает от морального и физического износа, требуя колоссальных инвестиций для модернизации. В этом контексте изучение кейсов отдельных знаковых курортов, находящихся на пороге возрождения, приобретает особую актуальность.

Одним из таких объектов является Липецкий курорт минеральных вод. Его история, насчитывающая более двух веков, является ярким примером как былого величия, так и последующего системного упадка. Несмотря на уникальные природные лечебные факторы, в современный период он столкнулся с комплексом проблем, приведших к фактической остановке деятельности и банкротству. Данная статья ставит целью не просто описать историю и текущее плачевное состояние курорта, но провести глубокий анализ перспектив его возрождения. Исследование фокусируется на анонсированном в 2025 году масштабном инвестиционном проекте, который рассматривается как единственный реальный шанс на ревитализацию этого

исторического объекта и возвращение Липецку статуса города-курорта федерального значения.

Зарождение Липецкого курорта связано с эпохой Петра I, однако его официальное становление произошло 25 апреля 1805 года по указу императора Александра I. Этот факт сделал его одним из первых и наиболее известных курортов в Российской империи. Уникальный состав железистых минеральных вод, по заключению медиков того времени, не уступавший знаменитым европейским аналогам в Бельгии и Германии, быстро привлек к себе внимание столичной аристократии [1].

Наивысшего расцвета курорт достиг в советский период, когда он был интегрирован в общенациональную систему здравоохранения. Став всесоюзной здравницей, он принимал десятки тысяч человек в год. В это время была создана мощная лечебная и научная база, построены новые корпуса, разработаны уникальные методики лечения с применением не только минеральной воды, но и местной лечебной торфяной грязи. Советская модель позволила сделать оздоровление доступным для широких слоев населения, однако она была полностью зависима от централизованного государственного финансирования, что и стало ее ахиллесовой пятой.

Распад СССР и переход к рыночной экономике в 1990-х годах запустили процесс системной деградации курорта. Ключевыми причинами упадка стали:

- Прекращение государственного финансирования: Курорт лишился основного источника средств для поддержания инфраструктуры и проведения текущих ремонтов.
- Экономический кризис: Резкое снижение платежеспособности населения и ликвидация системы распределения путевок через профсоюзы привели к катастрофическому падению турпотока.
- Износ материально-технической базы: Отсутствие инвестиций на протяжении десятилетий привело к полному обветшанию зданий, коммуникаций и медицинского оборудования.
- Неэффективный менеджмент: Руководство курорта в новых рыночных условиях не смогло разработать и реализовать эффективную стратегию развития, что в итоге привело к накоплению долгов и банкротству.

В результате к 2020-м годам курорт практически полностью утратил свою функциональность и конкурентоспособность, превратившись из гордости региона в символ упадка.

На сегодняшний день большая часть инфраструктуры АО «Липецккурорт» находится в аварийном или близком к нему состоянии. Комплекс долгое время находился в процедуре банкротства, что парализовало любую хозяйственную деятельность. Хотя для жителей и гостей города остается доступным исторический бювет с минеральной водой в Нижнем парке, а также работает один из корпусов, полноценное санаторно-курортное лечение в том масштабе, который был ранее, прекращено. Анализ позволяет выделить три взаимосвязанные группы проблем.

- Инфраструктурные проблемы: физический износ зданий (некоторым из которых более 100 лет) достиг критической отметки. Это касается не только внешнего вида, но и несущих конструкций, инженерных сетей (водоснабжение, отопление, канализация), а также медицинского оборудования, которое морально и физически устарело на 30-40 лет. Комплекс не соответствует современным требованиям пожарной безопасности, санитарным нормам и стандартам доступности для маломобильных групп населения.

- Экономические проблемы: курорт в его текущем состоянии является абсолютно нерентабельным активом. Высокие затраты на содержание даже нефункционирующих зданий, накопленные долги и отсутствие потока клиентов делают его непривлекательным для инвесторов без серьезной поддержки со стороны государства. Репутация курорта на федеральном уровне сильно пострадала, что требует не просто ремонта, а полного ребрендинга.

- Социальные проблемы: упадок курорта привел к потере десятков квалифицированных кадров – врачей, медсестер, специалистов по бальнеологии. Молодые специалисты не видели перспектив для работы, что создало кадровый голод, который станет серьезным вызовом при перезапуске комплекса. Для города Липецка утрата статуса курорта стала также и имиджевым ударом.

Переломным моментом в судьбе курорта стало подписание на Петербургском международном экономическом форуме в июне 2025 года соглашения о его комплексной реконструкции. Данный проект, реализуемый в формате государственно-частного партнерства, предполагает не просто ремонт, а полное переосмысление концепции курорта.

- Общий объем инвестиций составит 6 миллиардов рублей, что является беспрецедентной суммой для санаторно-курортной отрасли региона. Проект рассчитан на четыре года, с полным завершением работ и запуском обновленного курорта в 2029 году [4].

- Проект предусматривает строительство нового медицинского центра, оснащенного современным диагностическим и лечебным оборудованием. Планируется сохранить и развить традиционные для курорта направления (лечение заболеваний ЖКТ, опорно-двигательной, сердечно-сосудистой систем), но дополнить их новыми востребованными программами: реабилитация после COVID-19 и других заболеваний, антистресс-программы, детокс, гериатрические и wellness-направления.

- Все 260 номеров будут реконструированы в соответствии с современными стандартами гостиничного сервиса (3-4 звезды). Особое внимание будет уделено созданию безбарьерной среды, что позволит принимать гостей с ограниченными возможностями.

- Помимо лечебной базы, будет создан современный SPA-комплекс с бассейнами, термальной зоной, массажными кабинетами и фитнес-центром.

Это позволит привлечь не только людей, нуждающихся в лечении, но и туристов, ориентированных на оздоровительный отдых.

- Реализация проекта имеет огромное значение для Липецкой области. Прогнозируется, что обновленный курорт сможет принимать до 25 тысяч человек в год, что значительно увеличит туристический поток в регион. Будет создано более 500 новых постоянных рабочих мест, не считая временных на период строительства. Проект также даст мультипликативный эффект для смежных отраслей: строительства, транспорта, сельского хозяйства (поставки продуктов питания), сферы услуг.

Несмотря на амбициозность и высокую значимость проекта, необходимо трезво оценивать потенциальные риски, которые могут помешать его успешной реализации:

- Макроэкономическая нестабильность, инфляция и удорожание строительных материалов могут привести к превышению заявленного бюджета в 6 млрд рублей, что потребует поиска дополнительного финансирования.

- Масштабная стройка в исторической части города, на территории парка, сопряжена с техническими и логистическими сложностями. Возможны задержки на этапах проектирования, согласований и непосредственно строительных работ.

- Как уже отмечалось, в регионе может возникнуть дефицит квалифицированных медицинских и сервисных кадров. Проект должен включать программу по привлечению, обучению и удержанию персонала.

- После многолетнего простоя и с негативным информационным фоном курорту потребуется мощная маркетинговая и PR-кампания для формирования нового положительного имиджа и привлечения клиентов со всей страны. Необходимо будет четко определить целевую аудиторию и выстроить эффективные каналы коммуникации.

Липецкий курорт минеральных вод является уникальным объектом, обладающим ценнейшим природным и историко-культурным потенциалом, который на протяжении последних тридцати лет оставался нереализованным. Системный кризис поставил его на грань полного исчезновения.

Анонсированный в 2025 году инвестиционный проект по комплексной реконструкции – это не просто шанс на спасение, а возможность для создания на историческом фундаменте современного, высокотехнологичного и конкурентоспособного лечебно-оздоровительного комплекса федерального уровня. Успешная реализация проекта способна кардинально изменить туристический и экономический ландшафт Липецкой области. Однако путь к возрождению сопряжен со значительными рисками. Успех будет зависеть от эффективного управления проектом, стабильности финансирования, грамотной кадровой политики и продуманной маркетинговой стратегии. В случае преодоления этих вызовов Липецк сможет вернуть себе по праву заслуженный статус одного из лучших бальнеологических курортов России.

Библиографический список:

1. Иванов, С. И. Липецкая область: экономико-географический справочник / С. И. Иванов. – Липецк: Ориус, 2018. – 312 с.
2. Петров, И. П. Лечебные свойства минеральных вод Липецкой области / И. П. Петров, С. В. Алексеев. – Липецк: Изд-во Липецкого государственного университета, 2007. – 200 с.
3. Сидорова, Н. П. Применение минеральных вод в санаторно-курортном лечении / Н. П. Сидорова. – Москва: Медицина, 1987. – 240 с.
4. Ria.ru. Реконструкцию «Липецккурорта» завершат в 2029 году. Текст: электронный. // URL: https://ria.ru/20250620/lipetskkurort-2024244278.html (Дата обращения: 20.09.2025).

Молодёжный и студенческий туризм: современные тренды и опыт ВВГУ

М. А. Швецова, И. С. Олейникова
Россия, Владивосток, Владивостокский государственный университет

Youth and Student Tourism: Modern Trends and VVSU Experience

M. Shvetsova, I. Oleinikova
Russia, Vladivostok, Vladivostok State University

Аннотация. *На сегодняшний день одной из приоритетных задач внутренней политики России является активизация внутреннего туризма для всех групп населения, включая молодёжь, которая представляет собой наиболее динамичную и активную категорию. Актуальность исследования этого направления обуславливается тем, что в современных условиях молодёжный и студенческий туризм представляет собой многообещающий сегмент туристского рынка, с числом молодых путешественников, которое постоянно увеличивается. В данной статье рассматриваются основные тренды молодёжного и студенческого туризма на территории Приморского края.*
Ключевые слова: *молодёжь; студенты; туризм; тренды; Россия; турпродукт; молодёжный туризм; студтуризм; опыт.*
Abstract. *Today, one of the priority tasks of Russia's domestic policy is to promote domestic tourism for all population groups, including young people, who are the most dynamic and active category. The relevance of this research is due to the fact that in today's conditions, youth and student tourism represent a promising segment of the tourism market, with a growing number of young travelers. This article explores the main trends in youth and student tourism in Primorsky Krai.*
Keywords: *youth; students; tourism; trends; Russia; tourism product; youth tourism; student tourism; experience.*

В сфере молодёжного и студенческого туризма именно молодёжь выступает ключевым фактором, определяющим развитие и основные тенденции данного направления, а также является главным потребителем услуг. Вследствие разнородности возрастных и социальных характеристик в данной возрастной группе выделяются три подгруппы, отличающиеся своим социальным статусом:

1) основная молодёжная группа (18-24 года);
2) молодые специалисты (25-30 лет);
3) старшая молодёжь (30-35 лет).

В связи с тем, что в существующей научной и исследовательской литературе отсутствует единственное, однозначное определение термина «молодежный туризм», представляется необходимым предложить собственное, авторское понимание данного термина.

Молодёжный туризм представляет собой уникальный вид путешествий, который обеспечивает расширение кругозора и формирует глубокие ценностные ориентиры, а также помогает осознать культурное наследие страны группе людей в возрасте от 18 до 35 лет (молодёжь).

Одной из значимых и востребованных форм молодёжного туризма является студенческий туризм. Это вид молодёжного туризма,

ориентированный на путешествия студентов. Несмотря на это многие часто путают или объединяют молодёжный и студенческий туризм, не учитывая, что студенческий более узкая категория, имеющая свои особенности и цели. Он совмещает в себе элементы образовательного, культурного и развлекательного туризма, что позволяет молодым людям не только отдыхать, но и расширять свои знания и социальные связи.

В рамках обсуждения, на Стратегической сессии, посвященной развитию молодежного туризма, которая состоялась 18 декабря 2024 года в городе Владивосток, во Владивостокском государственном университете (ВВГУ), были выявлены основные требования молодёжи к туристским поездкам на территории Приморского края [2]. При посещении новой дестинации молодые люди условно делятся на две группы: активные исследователи и потребители услуг и шоппинга.

Активные исследователи, предпочитают насыщенные экскурсии, посещают музеи, исторические и культурные объекты, стремятся к глубокому познанию окружающего мира и обогащению личного опыта через новые знания.

Потребители услуг и шопинга, рассматривают путешествие как возможность сделать выгодные покупки, обновить гардероб или приобрести уникальные товары, сочетая отдых с коммерческой выгодой.

Эти различия отражают разнообразие интересов и целей в молодёжном туризме, что важно учитывать при разработке туристских предложений и маршрутов для данной категории.

В России на федеральном уровне функционирует система, которая регулирует эту область. Она представлена на рисунке 3.

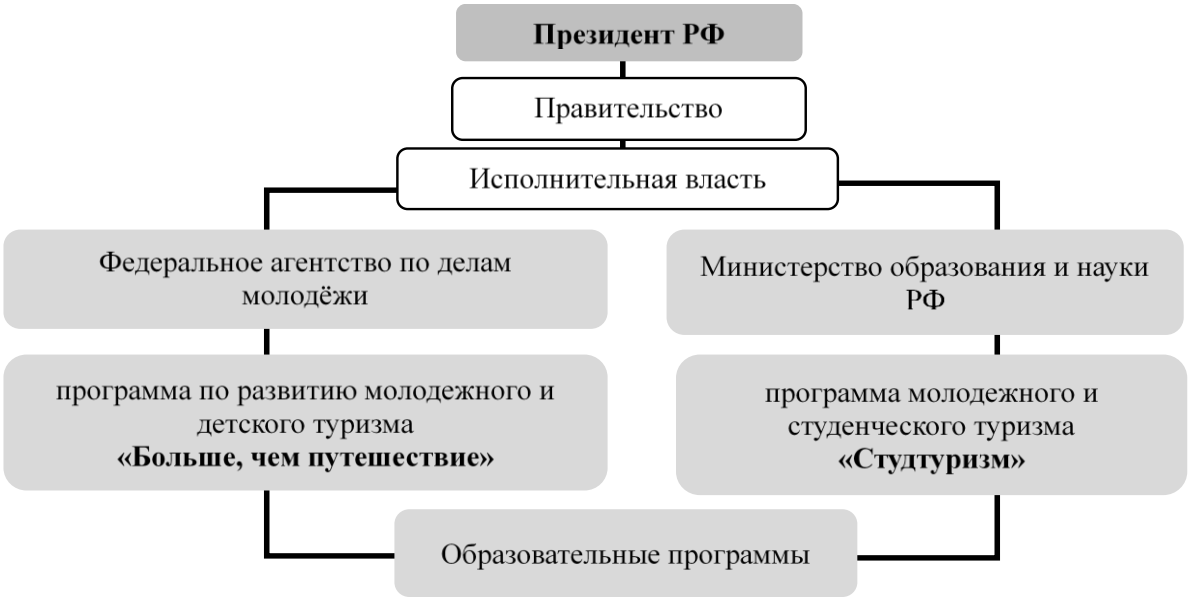

Рис.3. Иерархическая структура регулирования молодёжного туризма

Росмолодёжь выступает федеральным исполнительным органом, ответственным за координацию молодёжной политики и содействие равным возможностям для самореализации молодых людей. В функции входят:

– нормативно-правовое регулирование;

– предоставление государственных услуг и управление государственным имуществом в сфере молодёжной политики;

– сотрудничество с общественными организациями и движениями, представляющими интересы молодёжи;

– организация активностей, направленных на популяризацию здорового образа жизни, нравственного и патриотического воспитания [1].

В контексте продвижения молодёжного и студенческого туризма в России стоит выделить программу «Больше, чем путешествие», нацеленную на организацию образовательных туров. К ключевым направлениям, в рамках которых программа организует свои поездки для молодёжи, относятся: промышленность и технологии, наука и инновации, культура и искусство, история и патриотизм, экология, спорт и активный туризм, бизнес и предпринимательство.

Одним из ключевых факторов развития молодёжного туризма в Приморском крае является активное участие региона в федеральной инициативе «Студтуризм». Федеральная программа предполагает активное взаимодействие с университетами по всей России, которые становятся её партнёрами. Вузы-партнёры играют важную роль в организации студенческих путешествий, предоставляя студентам возможность участвовать в специализированных турах, образовательных мероприятиях и культурных проектах.

На рисунке 4 представлена подробная статистика участия вузов в программе «Студтуризм» за период с 2021 по 2024 годы [3].

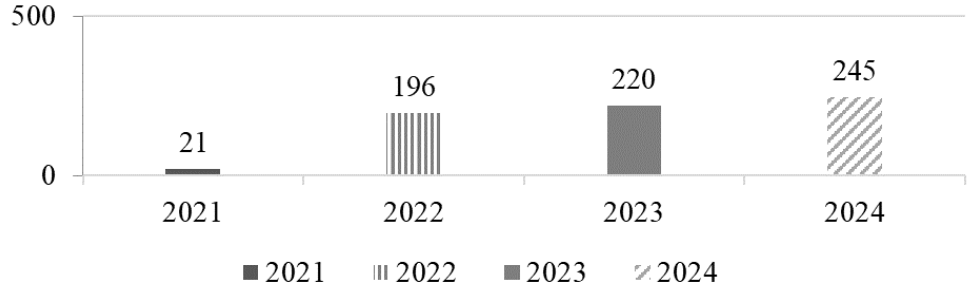

Рис.4 Статистика количества вузов-партнёров, участвовавших в программе «Студтуризм» в период с 2021 по 2024 года

Рост числа вузов-партнёров программы демонстрирует расширение её географического и институционального охвата. Это свидетельствует о возросшем интересе со стороны образовательных учреждений к участию в программе, что, в свою очередь, отражает её значимость и актуальность.

В Приморье к числу таких партнёров относятся ведущие региональные вузы: Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ), Владивостокский

государственный университет (ВВГУ) и Гуманитарно-аграрный технический университет (ГАТУ).

Владивостокский государственный университет в рамках организации программы «Студтуризм» координирует Институт туризма и креативных индустрий (ИТКИ), который выступает в роли основного оргкомитета. Данный институт отвечает за планирование и проведение мероприятий, а также за взаимодействие с партнёрами в других городах России.

Кроме того, в университете есть амбассадор программы – студентка 3-го курса направления «Туризм» Шакирова Кристина Евгеньевна, которая представляет интересы университета и способствует популяризации программы среди молодежи.

В функции амбассадора входят: участие в формировании программ студенческого туризма; встреча и сопровождение студентов; знакомство с профориентационными и научными мероприятиями вуза; продвижение молодежного и студенческого туризма ВВГУ.

Владивостокский государственный университет с 2024 года развивает активное сотрудничество с ведущими высшими учебными заведениями России. Это партнёрство направлено на обмен студентами, совместное проведение научных и образовательных проектов, а также на интеграцию передовых методик обучения в сфере туризма.

В рамках данного взаимодействия университет принимает студентов из российских вузов, создавая условия для их временного обучения и проживания, что способствует расширению профессиональных компетенций и укреплению межрегиональных академических связей.

Город Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции по числу молодых туристов, посещающих Приморский край, при этом значимая часть приезжающих – студенты Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики (СПбУТУиЭ). Помимо Санкт-Петербурга, стоит выделить Иркутск и Иркутский государственный университет (ИГУ), представители которого также активно посещают регион. В 2024 году Владивостокский государственный университет дважды принимал студентов из Иркутска, что свидетельствует о развитии сотрудничества.

Оргкомитет программы «Студтуризм» Владивостокского государственного университета, учитывая выгодное географическое положение Владивостока вблизи китайских городов, разработал специализированную программу для своих партнёрских вузов. Данная программа включает учебно-познавательные мероприятия, проводимые как во Владивостоке, так и в приграничном китайском городе Хуньчунь. Это позволяет студентам и преподавателям получить опыт взаимодействия в разных культурных и образовательных средах, расширить знания о соседней стране и укрепить сотрудничество между вузами.

К началу 2025 года вуз активно развивается не только в части приёма студентов из различных регионов России, но и в направлении организации выездных путешествий для своих студентов. Это можно считать

положительным результатом. В подтверждение этому в 2024 году ВВГУ стал единственным дальневосточным вузом, занявшим лидирующую позицию в рейтинге партнёров программы «Студтуризм».

Библиографический список:

1. Постановление Правительства РФ от 29 мая 2008 года №409 «О федеральном агентстве по делам молодёжи» // СПС «Гарант». // URL: https://base.garant.ru/193353/ (дата обращения: 29.09.2025).
2. Стратегическая сессия по развитию молодёжного туризма прошла в ВВГУ: [сайт]. – URL https://www.vvsu.ru/news/200903/ (дата обращения: 29.09.2025).
3. Студтуризм: [сайт]. // URL: https://студтуризм.рф/about-program (дата обращения: 29.09.2025).

Особенности размещения визуальной туристской информации в городском пространстве

Д. А. Шеховцова
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

Features of Placing Visual Tourist Information in Urban Space

D. Shekhovtsova
Russia, Saint Petersburg, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Аннотация. *В статье рассматривается использование мультимедийных панелей, билбордов и афиш как эффективного инструмента популяризации культурного наследия в городской среде. На примере Санкт-Петербурга анализируются способы интеграции визуальных медиа в повседневную коммуникацию с целью привлечения внимания к культурным событиям и объектам. Особое внимание уделено Курортному району и посёлку Комарово как перспективным территориям для развития культурного туризма. Предлагаются конкретные рекомендации по использованию визуальных медиа для формирования положительного культурного образа района и повышения интереса к локальной истории.*
Ключевые слова: *мультимедийные панели; культурное наследие; афиши; билборды; визуальные медиа; Санкт-Петербург; Комарово; культурный туризм; городская среда.*
Abstract. *This article explores the use of multimedia panels, billboards, and posters as effective tools for promoting cultural heritage in the urban environment. Using Saint Petersburg as a case study, the paper analyzes how visual media can be integrated into everyday public communication to raise awareness of cultural events and sites. Special attention is given to the Kurortny District and the village of Komarovo as promising areas for the development of cultural tourism. The article offers practical recommendations for employing visual media to shape a positive cultural image of the area and stimulate interest in local history.*
Keywords: *multimedia panels; cultural heritage; posters; billboards; visual media; Saint Petersburg; Komarovo; cultural tourism; urban environment.*

Современный город невозможно представить без визуального потока информации, формируемого множеством медианосителей: от цифровых экранов в аэропортах и на вокзалах до креативных билбордов и афиш на улицах. Эти элементы стали неотъемлемой частью урбанистического пространства и при грамотном использовании способны выполнять не только рекламную, но и культурно-просветительскую функцию. Особенно актуально это для городов с богатым историко-культурным наследием, таких как Санкт-Петербург, где визуальные медиа могут стать эффективным инструментом привлечения внимания к культурной повестке и исторической памяти.

Несмотря на высокий культурный потенциал, практика показывает, что значительная часть горожан и туристов недостаточно осведомлена о культурных мероприятиях и объектах, находящихся даже в пределах городской черты [5]. Традиционные формы распространения информации – печатные листовки, сайты учреждений, афиши внутри учреждений – зачастую не достигают широкой аудитории. Проблема заключается не в отсутствии

культурного продукта, а в недостаточной эффективности коммуникационных каналов [1]. В этой связи мультимедийные панели, билборды и афиши, интегрированные в повседневную городскую среду, открывают новые возможности для продвижения культурного наследия, делая его видимым, актуальным и доступным.

Санкт-Петербург уже демонстрирует позитивные примеры внедрения таких практик. В транспортных узлах, включая аэропорт Пулково, Московский и Ладожский вокзалы, установлены мультимедийные панели, на которых транслируются анонсы культурных событий: выставки в Русском музее, премьеры в Мариинском театре, фестивали уличного искусства [4]. Такой подход позволяет не просто информировать, но и формировать у аудитории устойчивый интерес к культурной жизни города. Визуальный контент, ориентированный на мгновенное восприятие, использует анимацию, лаконичные визуальные образы и элементы инфографики, что особенно эффективно в условиях ограниченного внимания и временного ресурса [3].

Дополняют эту систему креативные билборды, размещаемые в центральных районах. В рамках фестиваля «Ночь музеев» или Дня города на Невском проспекте и прилегающих улицах устанавливаются конструкции, оформленные в тематическом ключе, с элементами дополненной реальности, QR-кодами для перехода к программам мероприятий и визуальными образами, соотносящимися с культурной идентичностью Петербурга. Участие в визуальном пространстве города даёт культурным институциям шанс стать частью повседневного маршрута, а не оставаться в сфере элитарного досуга.

Не меньшую значимость сохраняют и афиши. Примеры работы с афишной продукцией демонстрируют, что она может быть не просто носителем информации, а эстетическим объектом. Так, афиши Александринского театра или Санкт-Петербургской академической филармонии имени Шостаковича оформляются с учётом архитектурного контекста улиц и зданий, создавая визуальное единство культурного сообщения и городской среды. Такая практика способствует возвращению афиши в статус культурного маркера, а не просто утилитарного элемента.

Особенно перспективно использование визуальных медиа для продвижения культурных территорий, находящихся за пределами исторического центра. В этой связи представляют интерес авторские рекомендации по популяризации культурного пространства Курортного района, в частности посёлка Комарово, с помощью современных визуальных каналов коммуникации [1].

Комарово – это не просто место отдыха на побережье Финского залива, но и значимый культурный ландшафт, связанный с именами Анны Ахматовой, Дмитрия Шостаковича, Иосифа Бродского и других представителей советской интеллигенции. Однако в массовом сознании оно до сих пор ассоциируется преимущественно с дачным досугом, а его культурный потенциал остаётся слабо представленным в публичной сфере. Одним из решений этой проблемы

может стать создание визуальной концепции продвижения района через афиши, билборды и мультимедийные панели.

Для начала необходимо разработать единый визуальный стиль, отсылающий к эстетике северной природы, культурной интеллигенции и «тихой силы» творчества. Такой стиль будет использоваться во всех рекламных материалах, афишах и цифровых носителях. Афиши мероприятий – поэтических вечеров, камерных концертов, арт-резиденций – могут размещаться в местах с высокой проходимостью: на станциях метро «Чёрная речка», «Старая деревня», «Пионерская», «Беговая», а также на Финляндском вокзале и станциях железной дороги, ведущих в сторону Курортного района. Информация о мероприятиях, художественных маршрутах, исторических местах может быть интегрирована в мультимедийные панели, расположенные в вестибюлях, поездах и на платформах.

Особое внимание следует уделить креативным билбордам на Приморском шоссе – основной трассе, ведущей к Комарово. Здесь могут быть размещены визуальные инсталляции с фрагментами стихов Ахматовой, визуализациями старых и современных фотографий местных пейзажей, дополненные QR-кодами, ведущими на интерактивную карту района или расписание культурных событий. Тем самым, формируется эмоциональная вовлечённость, и создаётся образ Комарово, как не только природного, но и культурного пространства.

Перспективным направлением является также временное использование центральных городских медиафасадов во время общегородских культурных событий. Например, во время Ночи музеев на одном из медиаэкранов на Литейном проспекте или в ТРК «Галерея» можно транслировать видеоролики о культурной жизни Комарово – архивные хроники, интервью с участниками мероприятий, живописные виды района в разные времена года. Такая стратегия повышает узнаваемость и стимулирует интерес к посещению.

В долгосрочной перспективе можно рекомендовать создание межведомственной рабочей группы, объединяющей администрацию Курортного района, городские культурные учреждения и специалистов в области визуальных коммуникаций. Основной задачей этой группы станет формирование устойчивой культурной идентичности района через визуальные каналы, с акцентом на синтез природной среды, культурной истории и современных форм искусства.

Таким образом, использование мультимедийных панелей, билбордов и афиш может стать действенным инструментом в деле популяризации не только центральных учреждений культуры, но и локальных культурных ландшафтов, таких как Комарово. Грамотно выстроенная визуальная стратегия способствует вовлечению широкой аудитории в культурную жизнь, формирует устойчивый интерес к наследию, а также укрепляет имидж города как культурно насыщенного и многослойного пространства [2].

Библиографический список:

1. Артемьев, К. А. Визуальный шум и культурная идентичность города / К. А. Артемьев // Вестник урбанистики. – 2023. – № 2 (18). – С. 43–51. // URL: https://naukaru.ru/ru/nauka/article/50912/view (дата обращения: 15.09.2025).
2. Министерство культуры Российской Федерации. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года. – М.: Минкультуры России, 2023. – 68 с. // URL: https://culture.gov.ru/documents/strategiya-gosudarstvennoy-kulturnoy-politiki-do-2030-goda.pdf (дата обращения: 15.09.2025).
3. Роспатриотцентр. Культурный туризм в регионах России: аналитический доклад. – М.: Росмолодёжь, 2023. – 52 с. // URL: https://fadm.gov.ru/documents/kulturnyy_turizm_doklad2023.pdf (дата обращения: 15.09.2025).
4. Сидорова, Е. Н. Наружная реклама как элемент городской визуальной среды / Е. Н. Сидорова // Арт и дизайн. – 2022. – № 3. – С. 22–28. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/naruzhnaya-reklama-i-gorodskaya-sreda (дата обращения: 15.09.2025).
5. Чурилин, В. А. Город как медиапространство: визуальные коммуникации в мегаполисе / В. А. Чурилин. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2022. – 156 с. // URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=50021844 (дата обращения: 15.09.2025).

Лучшие практики развития событийной индустрии и их возможное тиражирование в регионах РФ

А. Р. Попова, А. С. Волкова, В. П. Орловская
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский
государственный экономический университет

Best practices of event industry development and their possible replication in the regions of Russia

A. Popova, A. Volkova, V. Orlovskaya
Russia, Saint Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics

Аннотация*. В данной статье проанализированы лучшие практики развития событийной индустрии, приведены примеры и было определено несколько стратегий их тиражирования на региональном уровне в Российской Федерации.*
Ключевые слова: *событийная индустрия; тиражирование; регионы; форум.*
Abstract. *This article analyzes the best practices in the development of the event industry and provides examples were identified several strategies for their replication at the regional level in the Russian Federation.*
Keywords**:** *events industry; replication; regions; forum.*

Событийная индустрия играет важную роль в экономике и социокультурной жизни страны, способствуя развитию туризма, рекламе и привлечению инвестиций в регионы. Однако, с учетом того, что ситуация постоянно меняется, необходимо постоянно усовершенствовать и развивать отрасль.

Исследование лучших практик в сфере развития событийной индустрии поможет выявить успешные стратегии и методы, которые могут быть оптимизированы и адаптированы для применения в регионах Российской Федерации. Это позволит повысить конкурентоспособность местного бизнеса, укрепить региональные сообщества и привлечь больше туристов.

На основе проведенного анализа лучших практик развития событийной индустрии были определены несколько стратегий их тиражирования на региональном уровне в стране.

Например, данная практика может быть применена к «Международной выставке запчастей, послепродажного обслуживания и сервиса – СТО Expo», проводимой ежегодно в конце весны на площадке Крокус Экспо в Москве. Предоставляется возможность её тиражирования в городе Казань на площадке международного выставочного центра Казань Экспо, которая отвечает всем необходимым требованиям для проведения мероприятия данных масштабов. Также, в относительной близости к городу располагаются крупные машинные производства (КАМАЗ, Лада/Автоваз, Тяжмаш, АО), что делает тиражирование данной практики довольно разумным решением. Помимо этого, Казань находится в центральной части страны, что не затруднит перемещение выставки в другой регион.

К рассмотрению было также предложено тиражирование международной специализированной выставки лодок St. Petersburg

International Boat Show в Приволжский федеральный округ. Вдоль берегов реки Волги располагаются многочисленные яхт-клубы, находящиеся в крупных прибрежных городах, которые могут обеспечить необходимыми ресурсами подготовительный этап мероприятия, а также проведение самого «шоу». Кроме того, за счет протяженности реки, данная выставка может охватить около 70 городов России, что значительно увеличит масштаб мероприятия и привлечет новую аудиторию.

Результатом исследования является утверждение о том, что при тщательном изучении и анализе практик, проводимых в индустрии событий, а также при исследовании потенциала регионов нашей страны, предоставляется возможным тиражирование крупных, привлекающих большие аудитории мероприятий на новых территориях.

Исследование показало, что стратегия тиражирования успешных практик развития событийной индустрии на региональном уровне может быть эффективным инструментом для стимулирования развития событийного сектора в различных регионах страны.

В частности, рассмотренные примеры показывают, что перенос популярных мероприятий на новые территории с учетом потенциала и особенностей региона проведения может способствовать развитию индустрии и привлечению новой аудитории.

Важно отметить, что перед тиражированием необходимо провести тщательный анализ региона, его потенциала и особенностей, чтобы убедиться в целесообразности переноса мероприятия. При этом, выбор региона для тиражирования должен быть обоснованным и отвечать всем требованиям для успешного проведения мероприятия. Также следует учитывать наличие необходимой инфраструктуры в регионе для проведения мероприятия высокого уровня.

Таким образом, результаты исследования позволяют сделать вывод о возможности успешного тиражирования практик развития событийной индустрии на региональном уровне в стране, что может способствовать расширению географии проведения мероприятий, увеличению их популярности и развитию событийного сектора в целом.

Библиографический список:

1. Официальный сайт международной выставке запчастей, послепродажного обслуживания и сервиса- СТО Expo. [Электронный ресурс]. // URL: https://cto-expo.ru/about (дата обращения: 09.04.2024).
2. Официальный сайт Международного выставочного центра «Казань Экспо». [Электронный ресурс]. // URL: https://kazanexpo.ru (дата обращения: 09.04.2024).
3. Официальный сайт St.Petersburg International Boat Show 2024. [Электронный ресурс]. // URL: http://spibs.ru/ (дата обращения: 09.04.2024).

Исследование современных трендов развития индустрии событий

В. Е. Печкова, А. Я. Шахова, В. П. Орловская
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский
государственный экономический университет

Research of modern trends of development of the event industry

V. Pechkova, A. Shakhova, V. Orlovskaya
Russia, Saint Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics

Аннотация. *В работе ставится целью исследование современных трендов развития индустрии событий в России. На основании исследования разработана рекомендация по повышению продуктивности для организаторов событий и event-агентств.*
Ключевые слова: *индустрия событий; тренды развития индустрии событий; организация мероприятий.*
Abstract. *The purpose of the study is to find out main trends of the development of the event industry. Based on the research, a recommendation has been formulated to increase productivity for event organizers and event agencies.*
Keywords: *event industry; trends of development of event industry; organization of events.*

Индустрия событий является достаточно молодой и быстро развивающейся индустрией в России. Она играет важную роль в экономике страны и культурной жизни людей. В статье мы рассмотрим основные современные тренды развития event-индустрии в России.

Можно выделить 4 основных тренда:

1. *Гибридные мероприятия*. Ранее мы привыкли и ожидали, что очные мероприятия будут преобладать на рынке. Однако посткарантинный опыт расширил возможности для проведения встреч, поэтому привлечение участников онлайн стало неотъемлемой частью многих событий [1; 2].
2. *Спрос превышает предложение*. Тут речь идет о площадках для проведения мероприятий. Возрастающее количество организуемых событий и требований клиентов, относительно вида помещения, не соответствует числу существующих площадок. Поэтому организаторам будет необходимо изобретать новые способы проведения мероприятий на тех местах, что уже есть.
3. *Использование новых технологий*. ИИ, технологии для отслеживания, автоматизации и проведения привлекательных кампаний и опыта позволят уменьшить временные и ресурсные затраты для организации событий.
4. *Персонализация*. С 2016 года миллениалы составляют основную часть рабочей силы и, следовательно, наибольшую долю посетителей мероприятий. Характерной чертой этого поколения является ожидание более персонализированного подхода и желание контролировать ситуацию. Поэтому необходимо учитывать интересы каждого гостя мероприятия, в том числе создать систему взаимодействия с ними и позволить организовать мероприятие в соответствии с их конкретными потребностями.

В ходе работы использованы такие методы исследования как прогнозирование, анализ результатов деятельности event-агентств и организаторов событий, экспертная оценка, интервьюирование, анализ современных документов и др.

В результате составлена рекомендация для организаторов событий и event-агентств по повышению продуктивности. В документе прописаны ключевые факты, которые необходимо учитывать для успешной организации мероприятия в современных реалиях.

На основе проделанной работы можно сделать вывод о том, что индустрия событий в России продолжает быстро развиваться. Чтобы быть востребованным специалистом в этой отрасли, необходимо знать и учитывать основные тренды организации событий. Итогом исследования служит практическая рекомендация по созданию мероприятий, отвечающих современности.

Библиографический список:

1. Akinsowon V. 10 Event Industry Trends You Must Know in 2024//CVENT. – 2024. – [электронный ресурс] // URL: https://www.cvent.com/en/blog/events/event-trends.
2. Квитослава. Основные тенденции развития ивент-индустрии в 2024 году//stfalcon. — 2023. – [электронный ресурс] // URL: https://stfalcon.com/ru/blog/post/event-industry-trends.

Кадровое обеспечение событийной индустрии на текущем этапе и в стратегической перспективе

М. С. Гинтова, А. С. Яшина, В. П. Орловская
Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Staffing of the event industry at the current stage and in the strategic perspective

M. Gintova, A. Yashina, V. Orlovskaya
Russia, Saint Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics

Аннотация. *В данной статье представлены факторы, влияющие на количество профессиональных кадров в индустрии событий, проведен анализ рынка с целью выявления проблемы кадрового обеспечения и предложены пути её решения.*
Ключевые слова: *индустрия событий; кадровое обеспечение.*
Abstract. *This article presents the factors influencing the number of professional staff in the event industry analyzes the market in order to identify the problem of staffing and suggests ways to solve it.*
Keywords: *event industry; staffing.*

Тезис 1. Актуальность исследования кадрового обеспечения событийной индустрии. В современном мире всё большую популярность обретает событийная индустрия. Но за последние годы в данной индустрии в России произошли сильные изменения, в том числе и кадровые.

Изучение кадрового обеспечения событийной индустрии в настоящее время является крайне актуальным и важным в стратегической перспективе. В связи с постоянным развитием индустрии мероприятий, у организаций и компаний возрастает потребность в высококвалифицированных специалистах, способных успешно организовывать и проводить различные мероприятия. В стратегической перспективе изучение кадрового обеспечения событийной индустрии позволяет адаптировать образовательные программы к современным требованиям рынка труда, формировать новые профессиональные стандарты и квалификационные требования для специалистов в данной области. Также это способствует повышению конкурентоспособности отрасли в целом и созданию благоприятного климата для развития событийного бизнеса.

Тезис 2. Методология исследования. Для изучения кадрового обеспечения можно использовать несколько методов. Первый из них – анализ данных: Проведение анализа данных о текущем состоянии кадрового рынка событийной индустрии, включая данные о специализации специалистов, уровне квалификации, зарплатах, востребованности определенных профессий и т. д. Также многое о нехватке кадров или перенасыщении ими в индустрии могут рассказать её работники, потому следующий метод – это экспертные интервью. С той же целью можно использовать опросы и анкетирование. С целью выявления проблем на теоретическом уровне можно использовать

SWOT-анализ: анализ сильных и слабых сторон кадрового обеспечения событийной индустрии, а также возможностей и угроз для развития кадрового потенциала [1].

Тезис 3. Ожидаемые результаты. Согласно статистике UFI, на текущем этапе присутствует недостаток квалифицированных кадров, в связи с чем увеличивается спрос на специалистов в индустрии событий.

В стратегической перспективе количество занятых в событийной индустрии должно поэтапно увеличится к 2030 году. Ожидается, что количество вузов, которые реализуют профильные образовательные программы, вырастет, а также будут активнее развиваться партнерские программы, направленные на обеспечение стажировок и практик для студентов event-индустрии [2].

Тезис 4. Выводы. В ходе работы выявлен дефицит квалифицированных работников на текущем этапе, что замедляет развитие этой отрасли в России. В обозримом будущем планируется развитие системы обучения сотрудников, в том числе содействие потенциальных работодателей в развитии профессиональных навыков посредством предоставления стажировок, практик, курсов повышения квалификации и целевого обучения.

Библиографический список:

1. Бачинский А. Г., Дмитриев Н. А., Авласевич Д. В., и Кириллов А. А. «ТЕХНОЛОГИЯ SWOT-АНАЛИЗА» Форум молодых ученых, no. 3 (43), 2020, pp. 67-72.
2. Кобец Маргарита Вячеславовна. «НАСТАВНИЧЕСТВО И ПОСТРОЕНИЕ КАРЬЕРЫ В ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ» Человек и культура, no. 2, 2022, pp. 49-67.

Содержание

А. С. Баранов. Молодёжь и экспедиционный туризм: на пути от потребления впечатлений к генерации знаний……..3
А. С. Баранов, И. Г. Филиппова. Ханское наследие как субстрат ханского туризма: роль молодёжи в его актуализации……12
П. Д. Власова. Проведение исторических балов в Санкт-Петербурге как эффективный способ сохранения культурного наследия……17
А. А. Гуляева, А. В. Савутькова. Современный подход к сохранению природного наследия……20
Т. П. Демакова, У. С. Орловская, А. В. Савутькова. Праздник «День Ивана Купала» как сохранение природного наследия России……...25
М. И. Филатов, С. И. Иванова, А. В. Савутькова. Продвижение памятников культурного и природного наследия Камчатки: реклама, PR и медиа……29
А. Д. Киракосян, А. В. Савутькова. Представление поэзии через сценическое воплощение как способ сохранения культурного наследия поэтов и литераторов блокадного Ленинграда……...34
О. А. Махова, Д. С. Шолякова, Я. Ф. Топчиу. Особенности пребывания иностранной молодежи в Санкт-Петербурге……38
А. Д. Авраменко, А. Рогозова. Экологические решения и технологии «зеленой» инфраструктуры для интеграции и сохранения природного наследия в условиях мегаполиса (на примере Москвы-реки)……..41
А. Ю. Шхагошева, С. С. Логунова, А. В. Савутькова. Наследие и сохранение языкового разнообразия на примере Фестиваля стран Латинской Америки в Санкт-Петербурге……45
А. Г. Сорокина, И. А. Юмашева. Ограничения креативного процесса видеопроизводства при продвижении образовательного продукта……49
Д. В. Рихтер, И. А. Юмашева. Проблемы тенденций на ивент-рынке……55
П. В. Жуков, В. В. Комлева. Формирование эко-фольклорной тропы на объекте культурного наследия Юнеско……...58
Н. И. Баканович. Гастрономический туризм на основе локальных кулинарных традиций и адаптацией под вкусы туриста по региону ЯНАО……64
А. В. Богомазова. Особенности организации культурно-просветительской деятельности в городских лагерях Санкт-Петербурга……...……..67
М. Вали. Отель как музей: сохранение культурного наследия в индустрии гостеприимства ……71
П. Н. Губанов. Тренды программ лояльности персонала организаций сферы креативных индустрий в посткризисный период…….....76
В. И. Карпенкова, А. С. Матвеевская. Мост между эпохами: как наследие и технологии создают новый образ Японии……79
О. М. Паскаренко. Перспективы организации новых экскурсионных программ по проекту «Жемчужное ожерелье Петербурга» ……..82
Е. П. Шеболкина, В. Н. Муравьев, А.В. Муравьева. Интерактивный характер музейного тура для детско-подростковой аудитории (на примере однодневного тура «Пастур» Сыктывдинского музейного объединения) ……..88
Е. А. Шеховцова, А. А. Смирнова. Опыт Испании в продвижение культурно-исторического наследия посредством социальных сетей и медиа в туризме…….....94
Г. Г. Магеррамова, Л. Г. Гужова. Азербайджан глазами русских туристов……...99
М. А. Нератова. Развитие промышленного туризма на примере разработки тура на рыбоводный завод в Камчатском крае……106

Д. В. Абдельрахман, Е.А. Шеховцова. Разработка аудиогида на испанском языке для экскурсий в городе Череповце Вологодской области……..…….……..110
И. О. Бондарь. По следам победы на Камчатской земле…….....114
С. Н. Голубничая, К. С. Казакова, Е. А. Шеховцова. Туризм как фактор сохранения культурного наследия Донецкой Народной Республики……....118
А. А. Журавлева. Создание специализированного городского арт-маршрута «Тайны камчатских сказаний» в Петропавловске-Камчатском как популяризация культуры коренных народов Камчатки…….122
А. А. Костенко. Развитие туризма в малонаселённых пунктах (на примере разработке тура в посёлках озерновского куста) ……129
К. А. Лодыгичева. Участие коренных народов и местных сообществ в развитии туризма на объектах культурного наследия…….133
Е. А. Середа. Репрезентация образа мужчины в русской, английской и испанской фразеологии……136
В. О. Чевычалова. Организация фрирайд-туров на Камчатке: проблемы и потенциал развития ……..140
В. И. Акселевич. Современные возможности сохранения природного наследия ..146
М. И. Астафьев, Е. В. Озеров, Е. А. Шеховцова. Культурное и историческое наследие Кубы как фактор привлечения туристов.....150
К. А. Галустов. Географические эффекты размещения реликтового советского нематериального наследия Ленинграда – Санкт-Петербурга.....154
Ю. В. Камышкова-Ковальчук. Молодежные экспедиции как инструмент развитие внутреннего туризма и формирования компетенций у молодого поколения……...158
А. А. Торопова. Блог-тур как инструмент для продвижения городов……162
Д. Д. Фефелова. Перспективы использования липецких минеральных вод как ресурса лечебно-оздоровительного туризма……..…….167
М. А. Швецова, И. С. Олейникова. Молодёжный и студенческий туризм: современные тренды и опыт ВВГУ……..172
Д. А. Шеховцова. Особенности размещения визуальной туристской информации в городском пространстве……...…….177
А. Р. Попова, А. С. Волкова, В. П. Орловская. Лучшие практики развития событийной индустрии и их возможное тиражирование в регионах РФ……..181
В. Е. Печкова, А. Я. Шахова, В. П. Орловская. Исследование современных трендов развития индустрии событий…….....183
М. С. Гинтова, А. С. Яшина, В. П. Орловская. Кадровое обеспечение событийной индустрии на текущем этапе и в стратегической перспективе…….....185

Научное электронное сетевое издание

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

Институт креативных индустрий и гостеприимства

Сборник статей международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых 25-26 сентября 2025 г.

Редакционная коллегия**:**
И. Г. Филиппова, В. Л. Погодина, А.С. Баранов

Сборник издается в авторской редакции
Мнение автора может не совпадать с позицией редакции

Подготовка оригинал-макета И. Г. Филиппова
Подписано в издание 12.03.2026

PDF (Portable Document Format)
Усл. печ. л. 11,8

Издательство ООО «Поволжская научная корпорация».
443082 г. Самара, ул. Тухачевского, 80, оф. 218
Тел.: (917) 812-32-82
E-mail: info@naucorp.ru

ISBN 978-5-6056506-3-8