

1/2022научный
рецензируемый
журнал

ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ

GEOGRAPHY AND TOURISM

Тема номера:
**ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ
И ТУРИЗМЕ**

ПЕРМСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Географический факультет
Кафедра туризма

ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ

GEOGRAPHY AND TOURISM

научный рецензируемый журнал

1 (9)/2022 тема номера:

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Учредитель:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Издатель:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Выходит 2 раза в год

Журнал издается кафедрой туризма ПГНИУ с 2005 года.

Предыдущее название «География и туризм / Geography and Tourism: сборник научных трудов» (до 2017 г.)

Редакционная коллегия:

Александрова А. Ю. (д. г. н., г. Москва),
Волк Е. Н. (к. э. н., г. Пермь)
Дунец А. Н. (д. г. н., Барнаул)
Ивлиева О. В. (д. г. н., г. Ростов-на-Дону),
Королев А. Ю. (к. г. н., г. Пермь)
Мажар Л. Ю. (д. г. н., г. Смоленск),
Миненкова В. В. (к. г. н., г. Краснодар)
Мичурин С. Б. (к. г. н., г. Пермь)
Мышлянцева С. Э. (к. г. н., г. Пермь)
Сафарян А. А. (к. г. н., г. Пермь)
Харитоновна Н. В. (к. э. н., г. Пермь),
Щепеткова И. О. (к. г. н., г. Пермь)

Главный редактор:

Зырянов А. И. (д. г. н., г. Пермь)

Ответственный секретарь:

Фирсова А. В. (к. г. н., г. Пермь)

Верстка:

Сидоров В. В.

Издание включено в национальную информационно-аналитическую систему
«Российский индекс цитирования» (РИНЦ)

Адрес редакции:

614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
географический факультет, кафедра туризма,
тел.: (342) 2-396-601; e-mail: turizm@psu.ru, firssowa@mail.ru

Фото на обложке: Всероссийская олимпиада по кулинарии и сервису «Легенда»,
фото предоставлено ГБУ ПК «Центр развития туризма»

© ПГНИУ, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

- Зырянов Г. А.** ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА 5
- Родоман Б. Б.** ЛИЧНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ОПЫТ КАК ОСНОВА НАУЧНОЙ РАБОТЫ 16

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

- Khojayan D., Vardanyan M., Aleksanyan G.** THE NECESSITY OF APPLYING «CITY-TOURISM» TAX IN THE REPUBLIC OF ARMENIA 18
- Овчинникова И. Г.** НОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА 26
- Плакхина Л. В.** СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В ПЕРМСКОМ КРАЕ: НА ПРИМЕРЕ ВСЕРОССИЙСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ПО КУЛИНАРНОМУ ИСКУССТВУ И СЕРВИСУ «ЛЕГЕНДА» 30
- Фирсов В. С., Пастаногова Т. И., Фирсова А. В.** ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В ЛИТЕРАТУРЕ: ПРОЕКТИРОВАНИЕ НОВОГО ОПЫТА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЛИТЕРАТУРНЫМ НАСЛЕДИЕМ 35
- Бабкина Е. Д., Сафарян А. А.** ТЕНДЕНЦИИ В EVENT-ИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ПЕРМИ) 41
- Грущенко Э. Б.** ЕВРОПЕЙСКИЙ СЕВЕР РОССИИ. ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, ВИДЫ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ 47

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Веприкова А. А., Куклина Е. А.** ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОТЕЛЬНИЧЕСКОМ РАЙОНЕ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ 53
- Макарцева Л. В.** ПАРКИ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЕСУРС ГОРОДА САРАТОВА 59
- Фирсова А. В.** ГЕОКУЛЬТУРНЫЕ ОБРАЗЫ ПОВОЛЖЬЯ В ЛИТЕРАТУРЕ: МАТЕРИАЛ ДЛЯ ЛИТЕРАТУРНОГО АТЛАСА 64

АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

Мичурин С. Б. МАССОВЫЙ АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ: ЭВОЛЮЦИЯ ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ	71
Дьячкова А. Д. ЛЫЖИ В КУЛЬТУРЕ НАРОДОВ СЕВЕРНОЙ ЕВРАЗИИ	77
Галачиева Л. А., Ваниева В. В. УЧЕБНЫЕ ЭКСКУРСИИ ПО ДИГОРСКОМУ УЩЕЛЮ РСО-АЛАНИЯ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ	82

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ И МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО

Мельников М. А., Кадебская О. И. ПРОЕКТ ПОДЗЕМНОГО МУЗЕЯ ГОРНОГО ДЕЛА В ГОРОДЕ ПЕРМИ	88
Касанов А. С., Гонцов Д. М. ЭКСКУРСИИ В МУЗЕЯХ ВЯТКИ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА	95
Спицына Н. Г. ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ КОТЕЛЬНИЧСКОГО ПАЛЕОНТОЛОГИЧЕСКОГО МУЗЕЯ	100

ПРЕДИСЛОВИЕ

Журнал «География и туризм» публикует научные статьи туристско-рекреационной тематики, исследования в сфере сервиса и маркетинга турпродуктов, работы по экскурсоведению, музейному делу и туристскому брендингу.

В настоящий выпуск включены статьи, которые поступили в редакционную коллегию журнала в соответствии с тематическими рубриками издания. Это исследования представителей академической науки, преподавателей, магистрантов, а также специалистов бизнес среды и практиков туризма из городов России и ближнего зарубежья: Москвы, Еревана, Мурманска, Владикавказа, Саратова, Кирова, Котельнича, Перми.

В статьях рассмотрены вопросы, развития отдельных видов туризма в России и за рубежом: теоретические аспекты религиозного и паломнического туризма, путешествия как метод научных исследований, вопросы гостиничного менеджмента и туристского налогообложения, нишевые виды туризма и деятельность ивент-агентств, роль художественной литературы в создании туристских аттракций, вопросы безопасности и маршруты активного туризма, музейные практики и гастрономический туризм.

На обложке журнала традиционно размещается фотография одного из популярных туристских объектов Пермского края.

Журнал будет интересен тем, кто занимается проблемами туризма и сервиса в России и мире.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

Г. А. Зырянов

Московский государственный университет

УДК 910.3

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА

Религиозный туризм — относительно новая тема в географической науке, поэтому в научном сообществе не существует общепринятых терминов этого направления и их толкований. В статье представлены критерии, позволяющие разграничить понятия «религиозный туризм» и «паломничество». Описан распространённый в отечественной науке религиоведческий подход, согласно которому паломник и религиозный турист различаются по мотивациям и целям поездки. Представлен бихейвиористский подход, согласно которому понятия «паломничество» и «религиозный туризм» пересекаются, но не находятся в подчинении друг другу. Проанализирован рационалистический подход, характерный для законодательной практики. В рамках рационалистического подхода географически полно описаны различные аспекты потенциала для развития религиозного туризма в регионах России. Однако, при секулярной интерпретации паломнической поездки теряется её суть, восходящая к стремлениям, убеждениям и переживаниям человека. В качестве синтеза религиоведческого и рационалистического подходов в статье предложено понятие «святое место» и/или «место поклонения». Святое место является потенциальной дестинацией для туриста, оно наполнено сакральным смыслом для паломника и имеет разнообразные функции. Святое место в географическом плане выступает ландшафтной доминантой, формируя вокруг себя сакральный ландшафт. Сакральные ландшафты возникают в результате творческой деятельности человека, осознанно направленной на создание священного (иеротопии). Структура сакрального ландшафта представлена в статье как некая природно-культурная (в т.ч. когнитивная) целостность, включающая в себя практики паломничества и религиозного туризма.

Ключевые слова: география религии, религиозный туризм, паломничество, святое место, сакральный ландшафт, паломнические маршруты.

G. A. Ziryayov

Moscow State University

THEORETICAL APPROACHES IN RELIGIOUS TOURISM STUDIES

Religious tourism is a relatively new theme in geographical studies, so there are no common terms and their definitions in this scientific field. The article presents criteria for distinguishing the concepts of «religious tourism» and «pilgrimage». The article describes a religious approach, that is common in Russian science, according to which a pilgrim and a religious tourist differ in motivations and goals of the trip. A behaviorist approach is presented, according to which the concepts of «pilgrimage» and «religious tourism» overlap but are not subordinate to each other. However, the secular interpretation of a pilgrimage trip loses its essence, which goes back to the aspirations, beliefs and experiences of a person. As a synthesis of religious studies and rationalistic approaches, the concept of «sacred place» and/or «place of worship» is proposed in the article. The sacred place is a potential destination for tourists, it is filled with sacred meaning for the pilgrim and it has a variety of functions. The sacred place geographically acts as a landscape dominant, forming a sacred landscape around itself. Sacred landscapes arise as a result of human creative activity consciously aimed at creating the sacred (hierotopia). The structure of the sacred landscape is presented in the article as a kind of natural and cultural (including cognitive) integrity, including the practices of pilgrimage and religious tourism.

Keywords: geography of religion, religious tourism, pilgrimage, sacred place, sacred landscape, pilgrimage routes.

География религиозного туризма, равно как и география паломничества — относительно новые темы в географической науке, по этой причине научно-терминологический аппарат изучения этих проблем до конца не выработан и чётко не определён. Кроме того, определения ряда терминов в различных отечественных работах подвергаются активному обсуждению и оспариванию, и на настоящий момент в научной среде не существует чёткого консенсуса по этому поводу. Поэтому мы посчитали необходимым дать в начале статьи обзор существующих терминов, а также указать, в каком именно значении мы будем использовать те или иные термины в данной публикации.

Центральным вопросом изучения современного религиозного туризма (как в России, так и за рубежом) является проблема разграничения понятий религиозный туризм и паломничество. Причиной этого в первую очередь явилось отсутствие понятия «паломничество» в законодательстве вплоть до 2019 г., вместо этого поездки с религиозными целями были абсолютно приравнены к туристским и рассматривались в рамках закона «Об основах туристской деятельности». Результатом этого стало то, что значительная часть паломнических поездок (в особенности на этапе возрождения паломнического движения в России) организовывалась светскими турфирмами. При этом как ряд учёных, так и официальные представители религиозных организаций неоднократно заявляли о необходимости законодательного разграничения этих двух понятий [11].

После анализа ряда работ нами было выделено два основных подхода в отечественной науке к разграничению определений «религиозный туризм» и «паломничество».

1) «Религиоведческий». Данный подход состоит в полном разграничении понятий религиозного туризма и паломничества. В рамках данного подхода утверждается, что первоочередной смысл религиозного туризма состоит в его познавательной и рекреационной компонентах, в то время, как для паломничества рекреация и познание материального мира не просто являются глубоко второстепенными, более того, они могут даже мешать паломнику удовлетворить свои первостепенные потребности. Паломничество рассматривается прежде всего как один из видов религиозной деятельности, на первое место в списке причин путешествия в данном случае выходят духовные потребности человека. Для паломника неотъемлемой частью путешествия являются сакральные ритуалы, как традиционно принятые для посещаемых святых мест, так и являющиеся результатом самостоятельных

духовных исканий и измышлений паломника. Религиозный турист в первую очередь обращает внимание на эстетические и историко-культурные характеристики места, участие в сакральных ритуалах для него совершенно необязательно. Для религиозного туриста вовсе необязательно исповедовать ту религию, для которой территория носит сакральный смысл в то время, как для паломника это является необходимым условием [9].

Данный подход наиболее распространён среди религиоведов, кроме того, его поддерживали религиозные организации, в частности, особенно активно его продвигала РПЦ. Работы, выполняемые в рамках данного подхода, встречаются наиболее часто и имеют под собой наилучшую теоретико-методологическую базу. По данной тематике не только пишутся статьи, но и защищаются кандидатские и докторские диссертации [10, 1]. Проблема данных работ относительно нашего исследования заключается в том, что подходы и методы, используемые в них, являются религиоведческими и культурологическими, и направлены на изучение религиозных, обрядовых, исторических и культурных особенностей паломнических поездок [7]. Собственно, географические исследования в рамках данного подхода ограничиваются лишь инвентаризационным перечислением почитаемых мест.

Тем не менее, после введения поправок в законы «О туристской деятельности» и «О свободе совести и религиозных организаций» от 16.10.2019 этот подход стал официальным в российском законодательстве. Поэтому на данный момент стоит ожидать увеличение количества работ в рамках данного подхода, в том числе и географической направленности.

В настоящее время от религиоведческого принципа постепенно отходит подход, который можно определить как бихейвиористский. В его рамках также утверждается, что паломничество и религиозный туризм отличаются между собой и не являются частью друг друга. Но граница между этими двумя понятиями размыта, её крайне сложно провести с точки зрения целей и формы поездки, фактически, она находится лишь в порой не высказываемых конкретно «сверхцелях» путешествия (для туриста это, как правило, эстетическая и культурная релаксация, отрешение от обыденности, для паломника — общение с Богом, обретение благодати и т. д.). Учёные, работающие в рамках этого подхода, утверждают, что как при рассмотрении туристской поездки невозможно отбросить её духовный смысл, который может придавать ей человек, так и при рассмотрении паломничества невозможно рассматривать исключительно

его духовную часть без контекста физического мира. Следовательно, понятия «религиозный туризм» и «паломничество» пересекаются, но не находятся в подчинении друг к другу [21]. Данный подход достаточно распространён в зарубежных исследованиях, однако в отечественном научном сообществе он пока встречается лишь фрагментарно и несистематически, кроме того, он представлен исключительно эмпирическими теоретическими исследованиями [4] без всякой привязки к практике, что не даёт на выделить его в качестве отдельного подхода.

2) «Рационалистический». Данный подход прежде всего опирался на закон «Об основах туристской деятельности» в его старых редакциях. Поддерживавшие его исследователи замечали, что по внешним признакам паломническая деятельность не противоречит определению, данному в законе, следовательно, она должна рассматриваться в рамках туристской деятельности. Этот подход ориентируется на отраслевое деление туристской деятельности, согласно нему, «Религиозный туризм — это деятельность по организации посещений туристами объектов, связанных с историко-культурным и природным наследием» [9]. В свою очередь, религиозный туризм разделяется на паломнический туризм (в данном случае это понятие часто отождествляется с понятием «паломничество») и на религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности, которые различаются прежде всего с точки зрения организации туристской деятельности: необходимо учитывать специфику туристских групп при выборе транспортных услуг, средств размещения, питания и пр. Некоторыми исследователями также отдельно выделяется научный туризм религиозной тематики, по сути, представляющий собой поездки учёных-религиоведов (или прочих наук, рассматривающих религию в том или ином аспекте) для сбора новой информации, однако, подобное выделение не получило большого распространения [19].

Данный подход был назван нами рационалистическим, поскольку он в меньшей степени рассматривает различия в духовных аспектах паломничества и религиозного туризма, делая акцент на объективной, мирской стороне путешествий. Главной своей целью рационалистический подход ставит развитие религиозного туризма в целом и паломничества в частности через анализ структуры туристских потоков, привлечения туристов за счёт популяризации святых мест с помощью событийных мероприятий и развития необходимой инфраструктуры.

В рамках рационалистического подхода гораздо большую роль играют географические методы исследования. Впрочем, если

по количеству работы, выполненные в рамках данного подхода, пожалуй, не уступают религиоведческому, то с систематизацией и анализом собранных данных имеется ряд определённых проблем. В рамках рационалистического подхода географически достаточно полно описаны различные аспекты потенциала для развития религиозного туризма в регионах России, такие, как историческое распространение монастырей [22], региональные особенности святых мест в Краснодарском крае [20], Кировской [14], Ульяновской [16], Смоленской [8] и Новосибирской областях [26]. Данный подход стал основным при написании учебных пособий, где тема религиозного туризма раскрывается шире всего [2, 25]. Однако при этом от внимания учёных ускользают как размеры реальных туристских потоков, что связано прежде всего с трудностью сбора информации о них, так и их структура.

Данный подход прежде всего характерен для экономического [1, 3] и юридического рассмотрения вопроса [5]. Можно сказать, что до введения поправок в закон «Об организации туристской деятельности» от 16.10.2019 рационалистический подход считался официальным. Это активно подвергалось критике со стороны ряда учёных и организаций, в особенности резкой критика была со стороны РПЦ. Суть критики состояла в том, что смысл и цели паломничества с точки зрения человека разительно отличается от таковых во время туристской поездки. Во время попытки секулярной интерпретации паломнической поездки теряется значительная её часть, восходящая к стремлениям, убеждениям и чувствам человека [17]. Кроме того, критиковалась практика передачи организации паломнических поездок турфирмам, как не обладающим необходимыми компетенциями ни в плане организации туров, ни в религиозных аспектах правильного их ведения [18]. Особенно это было актуально в конце 1990-х — начале 2000-х гг, когда коммерческий внутренний туризм в России ещё находился на ранних этапах формирования, однако и к 2019 г. доля паломнических туров, организованных светскими турфирмами, достигала 20–30%.

Таким образом, можно сказать, что в современной отечественной науке представленные выше подходы могут существовать параллельно друг другу, поскольку во многом их области интересов хоть и пересекаются друг с другом, но рассматриваются с различных позиций и для разных целей. Основные различия в подходах представлены в Таблице 1.

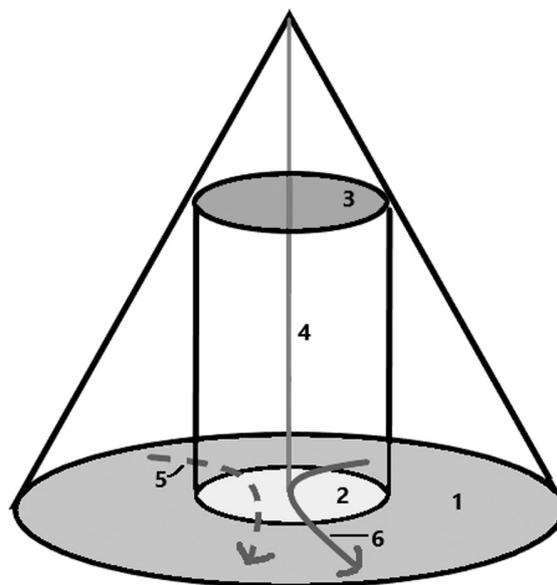
Одним из центральных объектов изучения географии религий, напрямую связанным с религиозным туризмом и паломничеством, является святое место. Согласно польскому

Основные различия религиозоведческого и рационалистического подходов к определению паломничества и религиозного туризма (составлена автором)

	Религиоведческий подход	Рационалистический подход
Паломничество	Проявление религиозной жизни человека, путешествие для поклонения святыне (17).	Паломнический туризм — это совокупность поездок представителей различных конфессий с паломническими целями. Паломничество — стремление верующих людей поклониться святым местам (2)
Религиозный туризм	Проявление культурной жизни, направленной на знакомство с культурно-историческим наследием территории (17)	Деятельность по организации посещения туристами объектов, связанных с историко-культурным и природным наследием (19)
Основные методы	Религиоведческие, исторические	Географические, экономические
Изучаемые аспекты	Духовные аспекты паломничества, история паломничества, историко-культурное наследие	Местоположение туристских дестинаций, аттрактивность дестинаций, потенциал регионов для развития религиозного туризма.

исследователю Х. Хоффману святое место (или сакральный топос) обладает тремя основными чертами. Это пространство, во-первых, обладает сверхъестественными свойствами, выступая как место «соприкосновения» материального и духовного миров (т. н. «иерофания» по М. Элиаде), во-вторых, оно абсолютно недоступно обыденному восприятию (или доступно лишь в небольшой степени), в-третьих, свою сакральность место обретает только в момент особенного, сакрального времени [24]. В отечественной науке также встречается понятие места поклонения, которое определяется как часть территории, посещаемая и воспринимаемая людьми как место проявления сверхъестественных сил для приобщения к этой силе или поклонения ей. Таким образом, можно заключить, что, по сути, для целей нашего исследования понятия «святое место» и «место поклонения» могут являться эквивалентными.

В рамках изучения религиозного туризма концепция святого места оказывается крайне важной. По сути, святое место является потенциальной дестинацией для туриста. Как и туристские дестинации, святые места различаются между собой по определённым типам. Прежде всего, святые места различаются по тому, для каких групп людей они несут сакральные свойства. Святые места чаще всего обретают сверхъестественные свойства в рамках одной (в определённых случаях — нескольких) религиозных мировоззрений. Однако святое место может являться таковым и без привязки к определённой религии: сакральный статус в разных сообществах людей могут носить места важнейших исторических событий, либо так или иначе связанные с важным для определённой группы

**Рисунок 1. Схема сакрального ландшафта**

(1 — профанная периферия, 2 — сакральный центр, 3 — священное, 4 — иерофания,

5 — маршрут религиозного туриста, 6 — маршрут паломника.

Составлено автором на основе (Воловик, 2013)

человеком. Таким образом, святые места различаются по «радиусу» охвата, который может быть как социологическим (в качестве охвата определённой группы людей), так и географическим (в качестве охвата определённой территории). Святое место может являться как естественной дестинацией, так и искусственной, созданной человеком и наделённой им особыми сверхъестественными чертами [23]. Кроме того, святые места несут ряд функций для окружающей их территории, которые могут

Основные функции святых мест составлено автором на основе В.Л. Огудина [19]

Функции святого места (места поклонения)	Определение функции	Значение функции для развития паломничества и религиозного туризма
Консолидирующая	Роль святого места как духовного и социально-экономического центра очага освоения окружающей территории	Святое место может быть привлекательно с исторической точки зрения, как часть сохранившегося историко-культурного наследия, которое являлось очагом расселения в прошлом.
Медиаторная	Отражает посредническую роль культовых объектов в общении с высшими силами	Основополагающая функция святого места для организации паломничества.
Коммуникативная	Святые места, как объекты массового и регулярного посещения, отражают настроения общества, кроме того, духовные лидеры религиозных организаций, созданных вокруг святых мест, могут обладать политическим весом (как формальным, так и неформальным).	Святые места могут являться площадкой для коммуникации различных групп людей во время крупных религиозных праздников и фестивалей.
Протекторная	Расположенное рядом святое место является одним из факторов ощущения защищённости для верующего человека.	Удовлетворение стремления обрести ощущение спокойствия и защиты может являться как основной, так и дополнительной целью паломника.
Лечебная	Святым местам регулярно приписывают лечебные свойства, которые могут помочь человеку (хотя бы как эффект плацебо)	Посещение святых мест возможно в качестве лечения в рамках даже традиционной медицины, к примеру, для реабилитации после психологических травм, или в случае нахождения природных лечебных мест на в рамках места поклонения (минеральные святые источники, целебные грязи и т. д.)
Природоохранная	Традиционная охрана территорий природных мест поклонения верующими	В традиционных святых местах сохраняются уникальные как с эстетической, так и с природной точки зрения ландшафты, привлекающие туристов.

потенциально интересовать как паломников, так и религиозных туристов (табл. 2).

В отечественной науке в качестве проявления святого места получила распространение категория сакрального ландшафта как идея выделения в культурном ландшафте его сакрального аспекта [12]. Сакральный ландшафт — это часть этнокультурного ландшафта, которую сознательно выделяют и маркируют священными местами. Сакральный ландшафт обладает ярко выраженной центр-периферийной структурой, в рамках которой выделяется святое место как сакральный центр и светская (профанная) периферия. При этом в поликонфессиональном ландшафте сакральные центр-периферийные системы комбинируются друг с другом, формируя многослойную структуру [6]. При этом сакральные ландшафты могут возникать не только вследствие природных факторов,

но и в результате творческой деятельности человека, осознанно направленной на создание священного. В отечественной науке такая деятельность получила название иеротопия, которая определяется как создание сакральных пространств, рассматриваемое как особый вид творчества, а также как специальная область исторических исследований, в которой выявляются и анализируются конкретные примеры данного творчества [15].

Для визуального отражения определений, описанных в данном разделе, нами была создана схема (рис. 1), иллюстрирующая усреднённый сакральный ландшафт и то, как с ним взаимодействуют паломники и религиозные туристы. При этом стоит сразу оговориться, что данная схема скорее иллюстрирует подход к определению паломничества, названный нами религиозоведческим.

На данной схеме мы видим стандартную центр-периферийную схему святого места, где сакрализованный центр окружён мирской периферией. Следует упомянуть, что в реальном сакральном ландшафте центр-периферийные системы святых мест могут сочетаться друг с другом различными способами, но в данном случае мы не рассматриваем подобные усложнённые варианты. Сакральный центр (он же святое место/место поклонения) формируется в месте, воспринимаемом людьми как место проявления священного в реальном мире. Также на данной схеме представлено два маршрута: религиозного туриста и паломника. Религиозному туристу интересен прежде всего сам сакральный центр, соприкосновение со священным для него не является определяющей целью путешествия. Паломник, напротив, будет стремиться к взаимодействию со священной стороной сакрального центра, обращая меньшее внимание на его мирские качества.

Изучение географии религиозного туризма и географии паломничества как отдельных направлений на стыке географической и религиоведческой науки за рубежом началось в 1960-е гг. «Предвестниками» этого направления считают двух исследователей: религиоведа Мирча Элиаде и антрополога Виктора Тёрнера. Элиаде является одним из основоположников теории святых мест. В его трактовке они назывались *axis mundi* (*ось мира* — пер. с лат.) и представляют собой сверхъестественные каналы, по которым профанный (материальный) мир связывается с иерофанным (потусторонним) [27]. Хотя Элиаде и не рассматривал явления паломничества с точки зрения географии, но его исследования, приобретшие значительную популярность, зародили интерес к данной теме. Тёрнер был одним из первых, кто наблюдал в том числе за географической организацией паломничества. Он выдвинул фундаментальную идею о том, что центры паломничества, как правило, располагаются «извне», на периферии, таким образом противопоставляясь материальному миру. Тёрнер обратил внимание на то, что вследствие этого паломнические центры, развиваясь, формируют собой парадоксальные «центры извне» [44].

Различными аспектами географии паломничества за рубежом занимается немало учёных, пришедших из разных наук и направлений. По этой причине география паломничества рассматривается с совершенно различных позиций, что является одновременно и преимуществом (за счёт наличия разных подходов, методов и точек зрения), и недостатком (из-за разницы в подходах общие научные знания о географии паломничества и географии религиозного туризма сложно систематизировать и приводить в одну общую теорию).

Среди основных тем, изучаемых географией паломничества и религиозного туризма за рубежом нами были выделены:

Центры паломничества. Изучение центров паломничества — одно из первых и наиболее распространённых направлений исследований в географии паломничества и религиозного туризма. Так или иначе исследованиями центров притяжения паломничества занимались во многих странах множество учёных, но центральными фигурами в этих исследованиях являются американские учёные М.Л.Нолан и С.Нолан, а также израильский исследователь Э.Коген.

Главной работой М.Л.Нолан и С.Нолана стал сбор данных о всех католических паломнических центрах Западной Европы с различными их характеристиками, таких, как принадлежность места к определённому святому, время формирования, наличие/отсутствие в центре вещественных культурных ценностей (почитаемых икон, фресок, мощей), положение центра относительно городов, а также ландшафтная выраженность святого места. Наиболее авторы известны своими региональными исследованиями Ирландии [37], Мексики [38] и Западной Европы [39]. Эти исследования отличались комплексностью анализируемых аспектов центров паломничества, правда, стоит отметить, что классификаций данных центров авторами не проводилось.

Теоретическую классификацию паломнических центров вывел в своей работе израильский исследователь Э.Коген, разделив паломнические центры на формальные и народные.

Формальные (или официальные) центры всегда подчинены какой-либо религии, действия паломников во время посещения этого центра строго подчинены устоявшейся традиции поклонения. Народные элементы в данных центрах вполне могут присутствовать, но они всегда отходят на второй план и могут даже пресекаться «сверху». Яркими примерами таких центров являются Мекка для мусульман, Рим и Сантьяго-де-Компостела для католиков. Для российских православных паломников к подобным центрам можно отнести, к примеру, крупнейшие, наиболее популярные среди паломников монастыри: Александро-Невскую лавру, Покровский монастырь и т.д.

Народные центры выделяются в первую очередь тем, что происходят «снизу», а не «сверху» духовной жизни общества. Они возникают относительно спонтанно, и являются частью народной культуры и фольклора. Они отличаются меньшей поддержкой со стороны официальной церкви, более того, они могут вообще её не иметь, или в принципе не относиться конкретно к какой-либо религии, обретая скорее

эзотерический смысл. За счёт своей «народности» часто они известны лишь в локальной местности или среди ограниченной группы людей, однако, иногда подобные центры могут приобретать и более широкую популярность. В России к подобным центрам, можно отнести, к примеру, дольмены Кавказа и Аркаим. В своих работах Коген продолжает идеи В. Тёрнера, противопоставляя формальные центры, как правило, совпадающие с социально-экономическими центрами территории, народным, находящимся на периферии [28].

Крупнейшей научной школой, занимающейся географией паломнических центров, является школа Ягеллоновского университета в Кракове. Скорее всего, это старейшая школа изучения географии паломничества и религиозного туризма в мире, по крайней мере, среди светских высших учебных заведений: первые исследования по инвентаризации и анализу размещения паломнических центров Польши относятся ещё к середине XIX в. В 1994 г. в институте географии Ягеллонского университета была создана кафедра географии религии, кроме того, на базе кафедры регулярно защищаются диссертации (7 диссертаций в 1999–2010 гг.), выпускается журнал, посвящённый географии паломничества и религиозному туризму «*Peregrinus Cracoviensis*». Преимущественно исследования учёных этой школы посвящены центрам паломничества на территории Польши, однако область исследований вследствие роста научной школы постепенно расширяется, как с точки зрения новых территорий, так и новых религий [36].

Паломнические маршруты. Изучение паломнических маршрутов логически происходит из изучения паломнических центров как способ соединения их между собой во время путешествия паломнического или туристского.

Наиболее выдающимся исследователем маршрутов паломничества и религиозного туризма (по большей части на примере Южной Азии) считается Роберт Стоддарт, работавший в университете Небраски, изучавший паломнические маршруты на основе Южной Азии. Стоддарт ввёл специальный термин, обозначивший именно паломнический, наполненный религиозным смыслом маршрут: «священный путь» («*sacred path*» в оригинале), определяемый как маршрут, дополняющий собой святое место. При этом священным путём может называться не весь маршрут паломничества, а лишь осознаваемая его духовно часть, к примеру, при паломничестве в Иерусалим классическим священным путём можно считать Виа Долороза. Нередко паломнические маршруты приобретают священный статус только во время религиозных праздников или событий.

Стоддарт выделял также два особых подтипа подобных священных путей: циркуамбуляция (англ. «*circumambulation*») и шествие (англ. «*procession*»), которые различаются по замкнутости. Циркуамбуляция (от лат. «*ходить вокруг*»), как следует из перевода, представляет собой замкнутый маршрут, который может повторяться некоторое (чаще всего — обусловленное религией или традицией) количество раз. В качестве примеров циркуамбуляций в разных религиях можно привести таваф у мусульман (ритуальный семикратный обход вокруг Каабы), а также троекратное обхождение церкви во время пасхального крестного хода у православных. Маршрут шествия, в свою очередь, по своей сути незамкнут, и представляет собой устоявшийся, как правило, событийный паломнический маршрут из одного святого места в другое, также репрезентирующее собой духовное путешествие человека [42].

Как правило, изучение циркуамбуляций и шествий происходит в рамках исследований центров паломничества и религиозного туризма, поскольку довольно часто священные пути, необходимые для должного совершения паломничества, довольно невелики по длине (как уже упоминавшиеся выше Виа Долороза или таваф), однако в некоторых случаях длина подобных маршрутов может исчисляться десятками и даже сотнями километров: к подобным путям относятся проходящий через северную Испанию Путь святого Иакова из Памплоны до Сантьяго-де-Компостелы (675,5 км) в католичестве, или Свято-Серафимовский крестный ход из Перми до Белогорского монастыря (120 км) в православии.

Помимо изучения священных путей, Стоддарт разработал систему классификации паломнических маршрутов на основании трёх основных факторов: длины маршрута, формы маршрута и частоты паломничества, при этом каждый из факторов был разделён на три ряда. По длине паломнические маршруты разделяются на основе административно-территориального деления на региональные, национальные и международные (при необходимости из региональных могут выделяться и локальные). По форме маршруты разделяются на конвергентные, предписанные круговые и предписанные шествия. Эта типология создана на основе теории о священном пути, описанной нами выше. В конвергентных паломничествах священный путь не выделен догматически или традиционно. По сути, конвергентные паломничества представляют собой совокупность маршрутов, которыми паломники добиваются до места паломничества. Если же священный путь для места назначения паломника выделен, то маршруты делятся по форме

в зависимости от типа этого священного пути на предписанные круговые (если это циркуамбуляция) и на предписанные шествия (если это шествие). Разделение частоты паломничества основано на том факте, что для многих святых мест характерен событийный характер паломничества, приуроченный к религиозным праздникам, приездам важных религиозных деятелей и т. д. Значимая часть религиозных праздников так или иначе использует в определении своей даты годовой цикл, поэтому паломничества были разделены на частые (менее 10 мес. между пиками паломнических прибытий), ежегодные (10–14 мес. между пиками) и редкие (более 14 мес. между пиками). Длина «года» в 10–14 месяцев была выбрана оттого, что в разных религиях годовой цикл может не совпадать и не являться равнопромежуточным [43].

Паломнические и туристские потоки.

Работы по изучению паломнических и туристских потоков встречаются далеко не так часто, как исследования центров и маршрутов. Тем не менее, и в данном направлении можно выделить наиболее крупных специалистов, основные методы и аспекты исследования.

В Европе изучением паломнических потоков преимущественно занимается немецкая школа географии религии. Наиболее ярко в ней выделяется работа Гисберта Риншеде «Формы религиозного туризма», посвящённая изучению потоков религиозных туристов в Европе. В данной работе потоки религиозных туристов разделяются на организационные формы по ряду характеристик, таких, как длительность путешествия, количество участников в группе и их отношения друг с другом (семейное путешествие, путешествие группы друзей, путешествие организованными группами и т. д.), средства передвижения, используемые туристами, сезонность паломничества и социальная структура туристских и паломнических групп [41]. В целом, относительно небольшое количество работ по данной теме прежде всего объясняется сложностью сбора информации по туристским потокам в определённые дестинации: для этого в основном используются данные крупных паломнических служб, которые не всегда можно считать репрезентативными, поскольку данные по паломническим службам могут быть использованы исключительно для моноконфессиональных религиозных центров. Несколько чаще встречаются работы по сезонности паломничества, в которых используется мониторинг количества автомобилей паломников и туристов, припаркованных у важных святых мест [40].

Экономическая география паломничества. Экономический подход к рассмотрению дестинаций паломничества и религиозного туризма, а также паломнических потоков,

встречается в работах зарубежных авторов реже представленных выше направлений, однако также занимает довольно важное положение в современной географии паломничества. В рамках данного подхода дестинации паломничества преимущественно рассматриваются как туристский продукт, историко-культурные и религиозные характеристики которого являются факторами, определяющими его ценность относительно того, какие объёмы средств могут потратить паломники и религиозные туристы во время их посещения. Также в рамках подхода изучается микрогеография туристских и паломнических дестинаций как фактор, детектирующий развитие территории вследствие потоков паломников и религиозных туристов.

Работы в рамках данного направления интересны прежде всего тем, что они меньше обращают внимание на религиозную принадлежность святых мест, как следствие, в них выделяются те общие факторы, которые влияют на привлекательность мест паломничества в целом, без привязки к отдельной религии. В целом работы, выполненные в русле этого подхода, наиболее похожи на обычный анализ туристских ресурсов территории с точки зрения рынка.

В качестве примера работы, характерной для данного направления, можно выделить исследование специалистов из Технологического университета Дублина, посвящённое сетевому анализу развития рынка религиозного туризма и паломничества в Ирландии. В работе выделяются главные потребители религиозного туристского продукта: культурные туристы.

Для целей исследования рынка всех культурных туристов, посещающих святые места Ирландии, разделили на три основные группы по ряду качественных и количественных показателей, таких, как способы передвижения, ожидаемая продолжительность посещения, аспекты, привлекающие туристов, подходящий маркетинг среди подобных групп, потенциальные объёмы средств, которые могут потратить туристы и т. д. К первой группе исследователи отнесли массового туриста, который может посещать данные места на небольшое время, потому что данные места имеют большую известность и упомянуты в путеводителях и на специализированных сайтах, т. е., должным образом разрекламированы. Главными аттракторами дестинации для массовых туристов, помимо известности, будут доступность и инфраструктура места, а также разнообразие развлечений. Данные туристы составляют наибольшую часть рынка, но каждый отдельный турист приносит в экономику отдельного места довольно мало, поскольку не остаётся на одном месте надолго. Ко второй группе относятся заинтересованные

туристы, главной целью которых является получение знаний о достопримечательностях дестинации. Здесь на первое место по аттрактивности выходят наиболее аутентичные в историко-культурном плане места, в меньшей мере затронутые различными внешними воздействиями. Наконец, третья группа — это воодушевлённые туристы, которые едут к святым местам для удовлетворения религиозных и духовных потребностей, т. е., в данной работе термин «воодушевлённые туристы» эквивалентен термину «паломники». Эта группа занимает наименьшую часть рынка, но при этом вклад отдельного посетителя в экономику дестинации максимален, потому что ожидаемое время пребывания подобных туристов в ней наибольшее [35].

Основным результатом данной работы, помимо типологии культурных туристов, стало разделение святых мест на территории Ирландии на 14 кластеров с помощью сетевого анализа для построения наиболее оптимальных маршрутов для разных типов туристов. Таким образом, можно сказать, что данный подход, в отличие от обозначенных выше, является не теоретическим, а прикладным, и может использоваться для создания туров для религиозных туристов и паломников.

Поведение и восприятие паломников и религиозных туристов. Такие классические темы исследования географии религии, как изучение паломнических центров и паломнических маршрутов, на рубеже XX и XXI вв. стали постепенно уступать новым тенденциям. Учёные стали замечать, что постепенно граница между религиозным туристом и паломником, ранее достаточно чётко заметная, стала истончаться. Кроме того, расширился и сам объект исследования: некоторые исследователи начали выделять секулярное, или мирское паломничество, которое направлено на посещение мест, не относящихся к какой-либо религии, но несущих в себе огромное, возможно, даже квазирелигиозное значение для отдельных людей или групп людей. К секулярному паломничеству относят, например, посещение могил знаменитых людей, воинских и гражданских мемориалов на месте сражений и катастроф [34]. Таким образом, хоть паломничество и продолжало определяться как «путешествие к святому месту как акт религиозного служения», первые два аспекта паломничества, маршрут и дестинация, бывшие центральными в 1960-80-е гг., в качестве объекта исследования стали постепенно уходить на второй план, уступая место третьему аспекту — мотивации [29]. Произошёл переход географии от рассмотрения общих и главных элементов паломничества и религиозного туризма к изучению личного опыта паломников и туристов. Данное направление

достаточно сильно отклонилось от географии, став, по сути, гораздо более социологическим, во всяком случае, по методам исследования [30].

Наиболее цитируемым автором, изучающим поведение паломников, является исследовательница из университета Хайфы Нога Коллинс-Крейнер [33]. В своих работах, в основном посвящённых изучению паломнической и туристской деятельности в Израиле, она приводит результаты массовых опросов и глубинных интервью с паломниками двух христианских деноминаций (католиков и протестантов) и обыкновенными туристами для нахождения различий между этими двумя группами. Основными результатами исследования стало то, что наиболее между собой паломники и туристы отличаются по доходам и возрастному составу: паломники, как правило, более возрастные люди, средний возраст паломников составил 55 лет, в то время, как туристов — 41 год; паломники чаще относят себя к группе людей с низким уровнем дохода, в отличие от туристов, которые считают себя людьми состоятельными. При этом анализ расового и гендерного состава значимых корреляций не показал.

На основе данных глубинных интервью Коллинс-Крейнер демонстрирует, что на данный момент паломники и туристы представляют собой не две изолированные группы, а скорее два противоположных конца одной шкалы, на которой располагаются все посетители святых мест в зависимости от восприятия ими данного места. Тем не менее, несмотря на рост группы «посередине» шкалы паломник-турист, группы исключительно туристов или исключительно паломников никуда не исчезли, хоть и занимают теперь меньшую долю спектра. Данный подход является в основном теоретическим, хотя и утверждается, что подобные исследования могут быть использованы для корректировки построения паломнических, туристских и туристско-паломнических туров [32].

Таким образом, мы попытались раскрыть основные определения в религиозном туризме, провести краткий анализ отечественных и зарубежных источников литературы, а также предоставить читателю концептуальную схему сакрального ландшафта, дополненную автором для визуализации различий в терминах «паломничество» и «религиозный туризм».

Выводы. Исторически религиозный туризм и паломничество чётко отличались друг от друга. Религиозный туризм определялся как путешествие, целью которого являлось знакомство с историко-культурными и природными достопримечательностями, так или иначе связанными с религией. Религиозный туризм рассматривался в первую очередь как секулярное,

мирское явление, не связанное с религиозным мироощущением туриста. Паломничество, в свою очередь, несло в себе исключительно религиозный смысл как путешествие для поклонения святому месту. Паломничество, как правило, носило традиционный характер, даже потребности паломников во время путешествия определялись религиозной традицией.

Однако, в современном мире граница между паломничеством и религиозным туризмом определяется вовсе не так чётко. Во-первых, вслед за ростом уровня жизни и потребностей традиции в паломничестве начинают играть всё меньшую роль, внешние отличия между паломником и туристом постепенно стираются. Во-вторых, оформилось явление секулярного паломничества, центром которого становятся не религиозные, но, тем не менее, почитаемые святыни: могилы знаменитостей, места важных сражений и т. д. В настоящее время единственным по-настоящему чётким критерием отличия паломника от религиозного туриста становится самоопределение человека. Как следствие, на данный момент в широком масштабе рассматривать паломничество и религиозный туризм в отдельности практически невозможно.

Паломничество как отдельное выраженное в пространстве явление приобрело интерес для зарубежных исследователей-географов относительно недавно: около 60 лет назад. Развитие географии паломничества как направления отражало сущностные перемены в самом феномене паломничества. Изначально исследования географии паломничества строились вокруг чётких проявлений данного явления в пространстве, таких, как размещение паломнических центров, форма и протяжение паломнических маршрутов, конфигурация и структура основных потоков паломников. Сейчас, в связи с размытием границы между паломничеством и туризмом, маршрут и дестинация в качестве объектов исследования отошли на второй план, уступая место изучению мотивации и самоопределения туристов и паломников.

Центральным объектом как в паломничестве, так и в религиозном туризме является святое место: объект или территория, почитаемые определённой группой людей как место проявления сверхъестественных сил. Без существования святого места (хотя бы бывшего, уже не почитаемого на данный момент) невозможно существование ни религиозного туризма, ни паломничества.

Святое место в географическом плане выступает ландшафтной доминантой, формируя вокруг себя сакральный ландшафт. Сакральный ландшафт выступает сложной системой, состоящей как из антропогенных, так и из природных компонентов: архитектурной значимости строений, связи с почитаемым духовным лидером,

наличия чтимой святыни, эстетичности ландшафта и т. д. При этом различные характеристики компонентов сакрального ландшафта непосредственно влияют на его значимость как для паломников, так и для туристов. Таким образом, через изучение особенностей святых мест территории можно судить о потенциально возможных паломнических потоках на этой территории. Допустим, в рамках изучения потенциальной привлекательности территории для развития религиозного туризма и паломничества для православия основным индикатором могут считаться монастыри, как наиболее чётко выделяющиеся в географическом пространстве проявления религиозной жизни.

Зырянов Григорий Александрович,

магистрант кафедры экономической и социальной географии
России Московского государственного университета;
ziryyanov.geo@gmail.com

Библиографический список:

1. Андросенко А. А. Религиозный (паломнический) туризм: маркетинговые исследования поведения потребителей (на примере Краснодарского края) // Вестник Краснодарского государственного института культуры. 2018. № 1 (14).
2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Москва: Советский спорт, 2008. 101 с.
3. Байнова М. С. Религиозный туризм как ресурс развития российских городов: социологическая оценка // Социальная политика и социология. Т. 16. 2017. № 4 (123). С. 51-58.
4. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал, 1995. Том. 0. № 4. С. С. 133–154.
5. Бондаренко Д. В. Аспекты правового регулирования паломничества и религиозного туризма на современном этапе // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aspekty-pravovogo-regulirovaniya-palomnichestva-i-religioznogo-turizma-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 05.11.2019).
6. Воловик В. Н. Категории сакрального ландшафта // Географический вестник. Физическая география и геоморфология. №4(27), 2013, С. 26–34.
7. Джумаева С. А., Гафурова Н. М., Джураев И. У. Обряды, совершаемые в местах паломничества: традиционность и трансформационные процессы // Проблемы педагогики. 2016. №4 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obryady-sovershaemye-v-mestah-palomnichestva-traditsionnost-i-transformatsionnye-protsessy> (дата обращения: 05.11.2019).
8. Евдокимов М. Ю., Евдокимова Е. В. Особенности развития религиозного туризма староосвоенных регионов России // Природа и общество: в поисках гармонии. 2018. №. 4. С. 68–78.

9. *Житенёв С. Ю.* Религиозный туризм и паломничество в Российской Федерации: современное состояние и перспективы развития // Журнал Института Наследия. 2016. №1 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/religioznyy-turizm-i-palomnichestvo-v-rossiyskoy-federatsii-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 05.11.2019).
10. *Житенев С. Ю.* Религиозное паломничество: межкультурные коммуникации и цивилизационный контекст: автореф. дис. ... канд. культурологии. — М., 2010.
11. *Зырянов Г. А., Зырянова И. С.* Аспекты взаимодействия географии религий и туризма // География и туризм. 2019. № 1 (3). С. 26–29.
12. *Каганский В. Л.* Культурный ландшафт: основные концепции в российской географии // Обсерватория культуры: журнал-обозрение. 2009. №. 1. С. 62–70.
13. *Калужникова Е. А.* Паломничество как ритуал: сущность и культурно-исторические типы : дис. — б. и., 2007.
14. *Коновалова Е. Е., Завойская А. А.* Организация и развитие паломнического туризма в Кировской области // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2010. — №. 5–2. — С. 159–166.
15. *Лидов А. М.* Иеротопия: создание сакральных пространств как вид творчества и предмет исследования // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2009. №52.
16. *Литатова А. П.* Сакральная география Ульяновского Присурья // Научный альманах «Традиционная культура», т. 19, №5, 2018, С. 154–165.
17. *Мазин К. А.* Паломничество и туризм: сравнение сквозь призму тысячелетий // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2009. — №. 4.
18. *Митрополит Кирилл.* Проблемы и пути развития современного православного паломничества // Православное паломничество: традиции и современность, 2004. // URL: <http://palomnic.org/heritages/ot/kirill/> (дата обращения 05.11.19).
19. *Огудин В. Л.* Сакральная экология // Формы религиозно-экологического мировоззрения. Киев. 2003. 152 с.
20. *Печерица Е. В., Шарафанова Е. Е.* Паломнический туризм: сущностные аспекты // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6.
21. *Прокопенко Т. А.* Экономико-географический и исторический аспекты развития религиозного туризма (на примере Русской Православной церкви): Автореф. дис. ... канд. географ. наук: 25.00.24; [Место защиты: Кубанский государственный университет]. К., 2007. 27 с.
22. *Силантьева М. В.* Духовный смысл православного паломничества в эпоху глобализации // Паломничество и религиозный туризм: многообразие интерпретаций. Сборник научных статей. Владимир: Издательство ВлГУ, 2012. С. 150–173.
23. *Туровский Р. Ф.* Русское православное подвижничество как географический процесс // Проблемы этнической географии и культурного районирования. — Псков: Издательство АНО «Центр социального проектирования «Возрождение». 2004. С. 62–82.
24. *Фёдорова М. В.* Религиозный туризм в современном глобальном мире // Успехи современной науки, т. 8, 2017, №3. С. 112–115.
25. *Хоффманн Х.* Святое место как предмет изучения географии религии // Українське релігієзнавство. Відділення релігієзнавства Інституту філософії ім. ГС Сковороди НАН України — 2006. — С. 99–104
26. *Христов Т. Т.* Религиозный туризм: учеб. пособие. — М.: Академия, 2005. 288 с.
27. *Цой М. Е., Щеколдин В. Ю.* Развитие религиозного туризма в Новосибирской области как туристской дестинации // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. №. 2–7 (62).
28. *Элиаде М.* Священное и мирское / Пер. с фр., предисл. и коммент. Н. К. Гарбовского. — М.: Издательство МГУ, 1994.
29. *Cohen E.* Pilgrimage centres: Concentric and excentric // Annals of Tourism Research, №1(19), 1992, С. 33–50.
30. *Collins-Kreiner N.* Geographers and pilgrimages: changing concepts in pilgrimage tourism research // Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, №4(101), 2010a, С. 437–448.
31. *Collins-Kreiner N.* Researching pilgrimage: continuity and transformation // Annals of Tourism Research, №2 (37), 2010b. С. 440–456.
32. *Collins-Kreiner N., Kliot N.* Pilgrimage tourism in the Holy Land: The behavioural characteristics of Christian pilgrims // GeoJournal. 2000. Т. 50. №. 1. С. 55–67. №. 9. С. 249.
33. *Durán-Sánchez A. et al.* Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview // Religions. 2018. Т. 9.
34. *Eade J., Albera D.* Pilgrimage Studies in Global Perspective // New Pathways in Pilgrimage Studies. — Routledge, 2016. С. 13–29.
35. *Griffin K. et al.* The Use of Networking in Developing and Marketing the Irish Ecclesiastical Product. — 2008.
36. *Jackowski A.* Geography of religion as a field of research at the Jagiellonian University // Peregrinus Cracoviensis. 2013. Т. 24. №. 4.
37. *Nolan M. L.* Irish pilgrimage: the different tradition // Annals of the Association of American Geographers. 1983. Т. 73. №. 3. С. 421–438.
38. *Nolan M. L.* The Mexican pilgrimage tradition // Pioneer America. — 1973. — Т. 5. — №. 2. — С. 13.
39. *Nolan M. L., Nolan S.* Religious sites as tourism attractions in Europe // Annals of tourism research. 1992. Т. 19. №. 1. С. 68–78.
40. *Rinschede G.* Catholic pilgrimage centers in Quebec, Canada. na, 1994.
41. *Rinschede G.* Forms of religious tourism // Annals of Tourism Research, №19, 1992. С. 51–67.
42. *Stoddard R.* Pilgrimages along sacred paths. — 1987.
43. *Stoddard R.* Defining and classifying pilgrimages // Geography Faculty Publications, university of Nebraska, вып. 2, 1997. С. 41–60.
44. *Turner V.* The center out there: Pilgrim's goal // History of religion, вып. 123, 1972. С. 191–230.

ЛИЧНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ОПЫТ КАК ОСНОВА НАУЧНОЙ РАБОТЫ

Туристские путешествия профессиональных географов — это не только отдых и развлечения на досуге, но и важная работа. Под путешествием автор понимает многоэтапное передвижение с чередованием разных занятий в процессе перемещения. Посещение различных территорий по-прежнему необходимо для популярных географических описаний, выявления проблем, социологических исследований и даже для теоретических моделей окружающей среды. Путешествие даёт материал для географических описаний, погружение в ландшафт помогает выявить и оценить важные для характеристики территории факты. Путешествие создает условия для социологических наблюдений путем специфического метода — «чтения общества по ландшафту». География изучает пространственные (территориальные) структуры и дает материал для геометрического моделирования пространства при помощи территориальных ареалов и сетей. Туристские путешествия профессионального географа — это «производственное потребление», необходимое для создания нового научного продукта.

Ключевые слова: география, туризм, путешествие, ландшафт.

B. B. Rodoman

PERSONAL TOURIST EXPERIENCE AS THE BASIS OF SCIENTIFIC WORK

Tourist travels of professional geographers are not only recreation and entertainment at leisure, but also important work. By travel, the author understands multi-stage movement with alternation of different activities in the process of movement. Visiting various territories is still necessary for popular geographical descriptions, problem identification, sociological research. Also, necessary for theoretical models of the environment. Travel provides material for geographical descriptions, immersion in the landscape. Besides, it helps to identify and evaluate facts, which are important to characterize the territory. Travel creates conditions for sociological observations through a specific method — «reading society according to landscape». Geography studies spatial (territorial) structures and gives material for geometric modeling of space using territorial areas and networks. Tourist travels of a professional geographer is the «productive consumption» necessary to create a new scientific product.

Keywords: geography, tourism, travel, landscape.

Автор считает важнейшим видом туризма не однократную поездку к местам рекреации, а путешествие — многоэтапное передвижение с чередованием разных занятий в процессе перемещения и на промежуточных остановках. Туристское путешествие, даже самое познавательное, отличается от исследовательских маршрутов отсутствием заранее намеченных вопросов. Турист наслаждается как бы бесцельной сменой впечатлений и ощущений, но и такое времяпровождение может дать для профессиональной деятельности разнообразные плоды.

1. Туризм рождает географов.

На географические факультеты часто поступают люди, с детства полюбившие путешествия и походы, но бывала и крутая смена профессии в зрелом возрасте. После увлечения

туристскими походами инженер-электрик Д. Л. Арманд (1905–1976) стал основоположником одного из направлений физической географии [1]. Благодаря туризму сделался географом Ю. К. Ефремов (1913–1999), руководитель Московского филиала Географического общества и создатель Музея землеведения в Московском университете на Воробьёвых Горах.

2. Путешествия для географических описаний.

Вопреки буквальному значению слова «география», географическими описаниями современные российские географы занимаются редко. Но если нас привлекли к участию в каком-либо популярном издании и хочется сказать об избранном регионе что-то яркое и новое, то возникает неловкость от того, что не все описываемые места мы посетили. Дистанционное камеральное изучение местности не полностью заменяет полевую работу.

Путешественник погружен в ландшафт до такой степени, что может испытывать неудобства, подвергаться риску и страдать от местных явлений, но эти переживания не всегда мешают, а нередко помогают при поисках, отборе и оценке фактов.

3. Изучение общества по ландшафту.

После необратимого раскола географии на физическую и социально-экономическую некоторые географы-обществоведы известны широкой публике (телезрителям) только как экономисты и социологи. На их публичных высказываниях нет марки «Made in Geography». Лишь при путешествиях сохраняется специфический метод — «чтение общества по ландшафту» [3], когда узнаёшь о людях не по тому, что они о себе говорят, а по окружающей среде. Наиболее красноречивы дома и автомобили. Из них складываются наглядные декларации о доходах, преимущественно криминальных; и общая картина экономики, большей частью теневой.

4. Схематизация ландшафта.

Говорят, что в научной работе имеется столько настоящей науки, сколько в ней математики. География изучает пространственные (территориальные) структуры, и математика в ней не количественная, а качественная. Это и геометрические формы, и отношения между отношениями «ближе-дальше» и «меньше-больше». Одно из направлений теоретической географии — моделирование мира при помощи территориальных ареалов и сетей [2] получило развитие благодаря пешим прогулкам и походам автора, его поездкам на общественном транспорте, при самостоятельном туризме.

5. Конструктивная география.

Задача науки, «чистой» и фундаментальной, — это, строго говоря, не выявление фактов, а установление закономерностей. Но путешественник-учёный, путешественник-теоретик, включённый в ландшафт, не может удержаться в роли бесстрастного наблюдателя. Из недовольства существующей ситуацией рождаются рецепты её улучшения, возникают проекты желательного устройства стран, регионов, городских агломераций, всего культурного ландшафта [4].

6. От путешествий к мониторингу.

Жажда путешествий нередко приводит к формальному коллекционированию достижений: ведётся учёт посещённых стран, городов, пересечённых меридианов и параллелей, покорённых вершин. Весьма характерен типичный разговор туриста с местным жителем: «Вам у нас понравилось? — Да, конечно. — Вы к нам ещё раз приедете? — Нет. — Почему?! — Жизнь коротка, а Земля велика. Хочется побывать и в других местах». Но географические

объекты существуют не только в пространстве, но и во времени. Серьёзное изучение требует многократных посещений. Когда «галопы по европам» надоедают, можно сосредоточиться на небольшом регионе. Многие люди на склоне лет особенно горячо привязываются к родному краю. Бывалый путешественник в нём обходчик и контролёр, выступает как сторож и защитник. География всегда была экологией человека, но в наши дни это место для её передовой позиции.

7. Производственное потребление.

Туристские путешествия профессионального географа включают обычное потребление вещей, услуг, впечатлений и ощущений, но этим не ограничиваются. Это потребление производственное, необходимое для создания нового научного продукта. Туризм у географа — не только «отдых», но и «работа». В данном случае «работодатель» не должен считать, что поездки куда-то во время отпуска — всего лишь хобби его наёмного работника. (В кавычки мы заключили слова, малопригодные для понимания учёных и прочих творческих деятелей). Чтобы развивать географическую науку надо финансировать путешествия географов.

Родоман Борис Борисович,

д. геогр. н., г. Москва;
bbrodom@mail.ru

Библиографический список

1. Арманд Д. Л. Наука о ландшафте: Основы теории и логико-математические методы. М.: Мысль, 1975, 288 с.
2. Родоман Б. Б. Территориальные ареалы и сети. Очерки теоретической географии. Смоленск: Ойкумена, 1999, 256 с.
3. Родоман Б. Б. Чтение общества по ландшафту. — Рец. на кн.: Каганский В. Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство: Сборник статей. — М.: Новое литературное обозрение, 2001, 576 с. // Отечественные записки, 2002, № 2 (3), с. 276- 277.
4. Родоман Б. Б. Поляризованная биосфера: Сборник статей. Смоленск: Ойкумена, 2002, 336 с.

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

D. Khojayan, M. Vardanyan, G. Aleksanyan

Yerevan State University

УДК 338.46

THE NECESSITY OF APPLYING «CITY-TOURISM» TAX IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

The content of the city tourist tax and international experience of its is presented in the article. The basis, resources and prerequisites of its application in Armenia are analyzed. Its geographical, economic and legal aspects, application problems and potential risks are addressed and practical suggestions are made, in particular: a) it is proposed to differentiate the tax rate according to international and local hotels, in which the tax rate will depend on the star classification of the given establishment. However, in this case, there may be inconsistencies between the classification of the hotel and the quality of the services provided, b) a more effective way of taxing hotels in Armenia can be the following approach: to set the tax to be paid in the amount of a certain percentage of the value of the selected room — per person, per night.

Keywords: *City tourism, Armenia, tourist tax, hotel.*

Д. Коджоян, М. Варданян, Г. Алексанян

Ереванский государственный университет

НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ГОРОДСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО НАЛОГА В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

В статье представлено содержание городского туристического налога и международный опыт его применения. Анализируются основа, ресурсы и предпосылки его применения в Армении. Рассмотрены его географические, экономические и юридические аспекты, проблемы применения и возможные риски. Сделаны практические предложения, в частности: а) предлагается дифференцировать ставку налога по международным и местным отелям, в которых ставка налога будет зависеть от звездности данного заведения. Однако в этом случае могут возникнуть несоответствия между классификацией гостиницы и качеством предоставляемых услуг, б) более эффективным способом налогообложения гостиниц в Армении может быть следующий подход: установить налог, подлежащий уплате в сумма определенного процента от стоимости выбранного номера — на человека в сутки.

Ключевые слова: *городской туризм, Армения, налог, гостиница.*

Problem statement. Taxation plays a particularly important role among government policies affecting the tourism sector. Firstly, from the fiscal system standpoint, this is due to the size of potential income and the high degree of social acceptability. Moreover, taxation can substitute the price of public goods and services consumed by tourists. Finally, there is also the reformative (e.g. environmental) role of taxation to which these taxes may be directed.

Tourism taxes are not a new phenomenon. Data from the European Tourism Association indicate that 19 of the 28 EU member

states, 150 European cities already have some type of tourism tax (White Paper: Destination funding and the impact of tourism taxes, 2020). In major European cities the municipality charges visitors a tourism tax per person per night (for instance in France tax rates fluctuate between €0.20–€4.10). In many cases, tourists unknowingly pay the extra cost in the form of a few dollars tacked on to their hotel fee or airfare. Prices vary by city and country, as well as by the rate of accommodation. In some areas price changing matches the high tourist season. Others offer discounts or exemptions to children, campers and business travelers (Business Destinations, 2019).

Studies show that tourism taxes are often well received by consumers if they are presented as a modest investment in targeted, restorative activities and projects. Destinations and accommodation providers need to inform in advance about the tax and especially for what purposes it will be used. Many tourist destinations around the world use some form of tourism tax to raise additional funds that can help mitigate the often negative effects of tourism and, in the case of mass tourism, reduce visitor numbers.

The aim of this study is to highlight the advantages and obstacles of the application of the city-tourism tax in Armenia based on the global experience and the study of the current state.

The importance of city-tourism tax. The city-tourism tax (also called accommodation tax, hotel tax, room tax, bed tax) is the most common special tax used by governments to ensure tourism sustainability and enhance the quality of the tourist experience (Gago, 2006) e. The city-tourism tax is applied to hotel guests at a flat rate or ad valorem based on the number of overnight stays, sometimes also on the type and qualification of the hotel. In addition to hotels, city tax also applies to motels, guest houses, campgrounds, apartments, non-commercial and public accommodations. Local governments use city taxes to shift some of the tax burden to non-residents, but such a measure is strongly rejected in the hospitality industry and is seen as an unfair tool that harms the competitiveness of companies (Aguilo, 2005).

The vast majority of specific taxes levied on hotels and accommodations (such as overnight stay, occupancy, or occupancy taxes) are administered at local and mostly municipal levels (OECD, 2014). Local governments and NGOs in favor of city taxes argue that the overnight sector in destinations is better off thanks to the use of tax revenues (Litvin, 2006). This allocation of council tax can create investments that will generate higher returns for the hospitality industry and local government in the long term. Therefore, taxes collected from tourism activities in destinations should be spent carefully and efficiently to ensure long-term revenue growth (Cetin, 2014).

The amount of tourist tax varies from country to country and depends on the qualification level and stars of the hotel facilities. For example, in Vienna it varies from €0.50 to 3.2 % per night, in Paris €0.20–€4.10, in Berlin: 5–7.5 % of the room price, in Greece: €0.5–€4, Budapest: 4 % of the room price, Rome: €0.28–€7 and etc. (White Paper: Destination funding and the impact of tourism taxes, 2020, p. 19).

The foundations of the city-tourism tax in Armenia. In the case of Armenia, in order

to justify the introduction of the city-tourism tax, it is necessary to present the current state of tourism in the country. Tourism is considered one of the fastest growing branches of Armenia's economy, showing growth trends year after year. According to the data of the RA Statistical Committee, in 2019, the number of incoming tourists in Armenia was about 1.89 million people (Socio-economic situation of RA in January-December 2019, 2020). Compared to the previous year, the number of arrivals increased by 14.7%. Due to Covid-19, the tourism sector of Armenia also recorded negative results. As can be seen in Figure 1, in 2020, the number of incoming tourists decreased by 80 % (Socio-economic situation of RA in January-December 2020, 2021). In 2021, a positive shift was observed in international tourism, on the basis of which it can be assumed that in the coming years the tourist flows visiting to Armenia will restore the previous volumes and continue to grow.

Armenia, as a touristic country, is most often visited by the citizens of Russia, Georgia and Iran. According to the data provided by the Tourism Committee, most of the tourists who visited Armenia in 2019, 855,612 people, were Russian citizens (Tourism statistics of the RA, 2019). They are the ones who mainly provided most of the tourist arrivals of Armenia in previous years as well. Next were the citizens of Georgia — 344 thousand people, then Iran — about 160 thousand people (Tourism statistics of the RA, 2019). Moreover, sixty-three thousand tourists from the USA came to Armenia in 2019.

According to the Ministry of Economy, among the tourists arriving in Armenia, about 31 % are Diaspora Armenians and 69 % were foreigners (Tourism statistics of the RA, 2019). Almost half of tourists in Armenia were attracted by cultural tourism, 19 % came to see the nature of Armenia, 16 % came for entertainment. The figure below shows the percentage share of each sub-sector of tourism in the economy of Armenia.

According to the 'Survey of international visits to Armenia for the January-December 2013' program, the average expenses for one inbound tourist were 726.1 USD and the average daily expenses were 41.8 USD; the average duration of the visit was 17.4 days (Survey of international visits to Armenia for the January-December 2013, 2014, pp. 54–56). However, the inbound tourists' cost structure and the average duration of the visit differed depending on the type of visit (travel package or independent). On average, visitors to Armenia with a travel package spent 1331.4 USD (average duration: 7.7 days, average daily expenditure: 172.2 USD). The average expenditure of one inbound tourist traveling independently

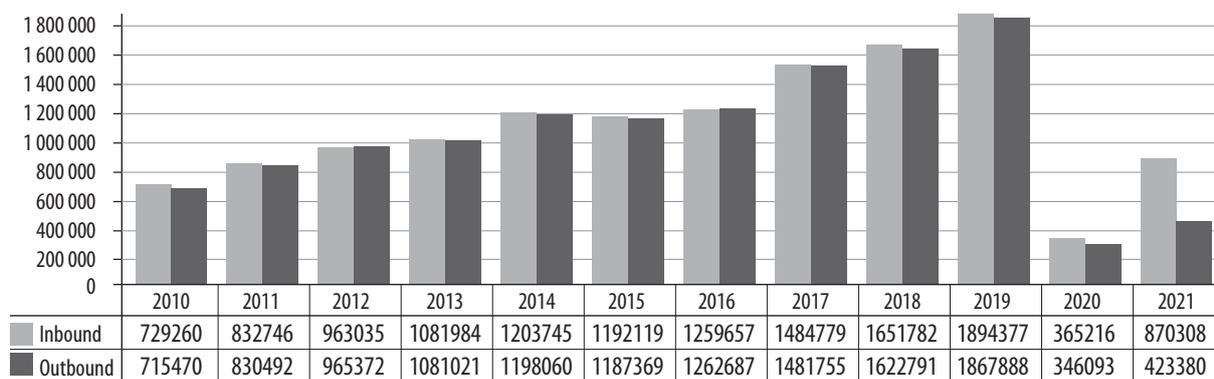


Figure 1. The number of inbound and outbound tourists in Armenia in 2010–2021
Source: RA socio-economic situation 2010–2021

was \$712.6 (average duration: 17.7 days, average daily expenditure: \$40.3), and the average expenditure of package and independent travelers was \$727.7 (average duration: 17.4 days, average daily expenditure: 41.9 dollars) (Survey of international visits to Armenia for the January–December 2013, 2014, pp. 54–56)¹

The city-tourism tax can be applied as a local tax at the level of the entire country and can also be applied in specific urban destinations. As for Armenia, the basis of this study was the urban communities and their tourism potential expressed by the number of hotel facilities in the communities, the number of tourists staying in these facilities and the income received. From the perspective of tax policy, the city of Yerevan was considered both in the context of local taxation and as a separate entity.

Since globally the city-tourism tax is mainly collected in hotels, it is also recommended to consider hotel facilities in Armenia as a link for tax collection, which stands between the tourist and the relevant state body.

About 870,000 tourists visited Armenia in 2021, but only 32 % of them stayed in hotel facilities and the remaining 68 % stayed in a friend's or relative's house, rented apartments, etc (Some indicators of international tourism in January–December 2019–2020). The apartments given to tourists on a rental basis by various individuals or organizations have also increased, but they were not included in statistical calculations and were not considered as overnight accommodation facilities by tourists. Therefore they cannot be included in the taxation system until their activities are legally regulated.

According to Article 8, Clause 2 of the RA Law «On Tourism and Tourist Activities» (adopted on December 17, 2003) hotel facilities in RA are hotels, motels, hotel-type resorts, sanatoriums, holiday and specialized camps or houses, boarding houses, tourist, youth and camp residences (complexes), tourist houses². However, RA legislation from 2003 does not define hostels as a

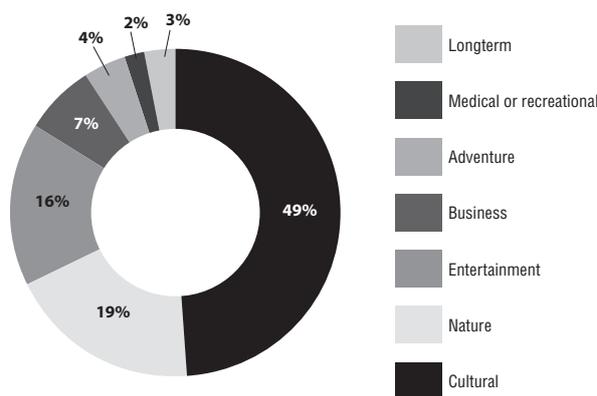


Figure 2. The most preferred types of tourism by tourists visiting RA according to the Tourism Spotlight Survey
Source: 2020-2030 strategy project for the development of tourism in Armenia

type of hotel facility which in fact operate in the country. Five hostels operating in Yerevan are registered on www.hotel.am directory of Armenian hotels. Hence, there are facilities providing hotel services in Armenia that are not defined by the legislation as of 2022.

Since data collection by the statistical service was carried out in hotel facilities defined by legislation, the information on tourists staying in «actual» operating hostels was not being recorded. Therefore, in order to apply the city-tourism tax in hostels, it is necessary to make legislative changes, which will also contribute to better statistical calculations.

Below is presented the distribution of hotel facilities in Armenia and the revenues received by regions and the city of Yerevan.

After Yerevan, the number of hotel establishments is large in Kotayk (93), Tavush (76) and Gegharkunik (40) in the mentioned period of 2018–2020. Yerevan is certainly the leader in

¹ 22,100 incoming tourists participated in the survey.

² RA Law on Tourism and Tourist Activities. 2003. Retrieved from: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=64659>

Table 1

Data of hotel facilities according to regions and Yerevan.
Source: Territorial statistics of RA Statistical Committee

	Number of hotel facilities			The income. million drams		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Republic of Armenia	652	769	847	34497.5	41794.1	16485.9
Yerevan	390	410	480	27879.9	33772.2	11836.8
Aragatsotn	5	7	7	106.2	87.7	40.0
Ararat	9	8	8	72.1	80.4	64.3
Armavir	4	15	16	43.1	41.7	30.1
Gegharkunik	11	39	40	274.2	735.9	341.2
Lori	19	30	30	323.7	354.6	204.9
Kotayk	65	91	93	2977.4	3220.0	2001.3
Shirak	28	33	33	400.5	576.9	290.9
Syunik	37	38	38	629.4	830.5	410.7
Vayots Dzor	19	24	26	700.5	588.0	261.5
Tavush	65	74	76	1090.5	1506.2	1004.2
Number of rooms, unit ³	10274	11348	9635			

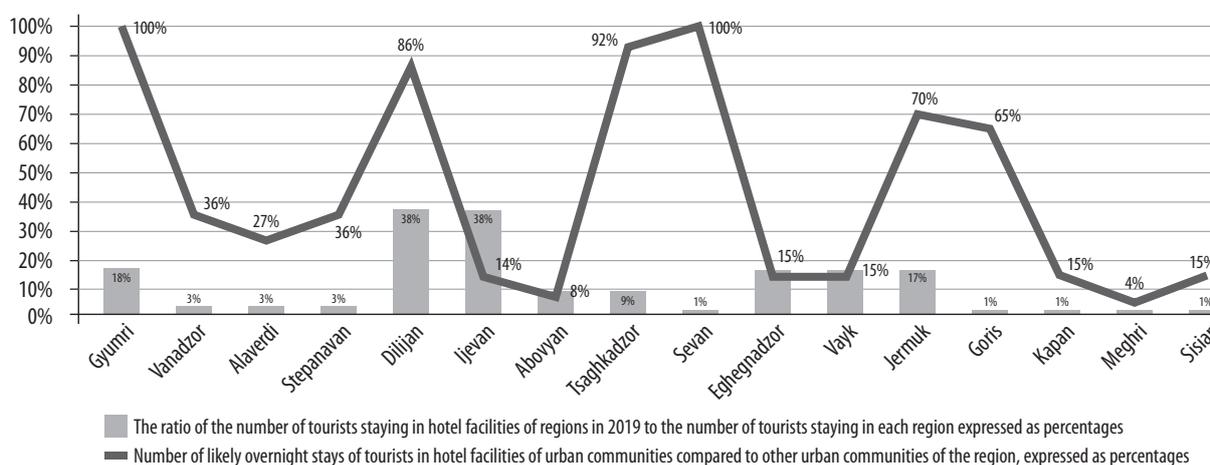


Figure 3. The distribution of tourists staying in RA urban communities in 2019 and the number of likely overnight stays

terms of revenue from hotel facilities, followed by Kotayk and Tavush. Although there has been an increase in hotel facilities in the regions as well during the mentioned period, it lags behind Yerevan in terms of its growth rate. According to the data of the Statistical Committee of RA, in 2020 847 hotel facilities operated in Armenia of which 480 were in Yerevan and the remaining 367 were in the regions. In 2020, the hotel facilities centered in Yerevan provided 11,836.8 million drams of revenue, i.e. 72% of the entire turnover (Yerevan RA capital in figures, 2021, p. 119).

In case of tourists staying in hotel facilities located in regions, in 2019 the most significant indicators were recorded in Tavush (24,559), Shirak (11,868), Vayots Dzor (11,008) and Kotayk (5,778) regions (Territorial statistics of RA Statistical Committee, 2019), where the most visited tourist destinations of RA are also located such as Dilijan, Gyumri, Jermuk, Tsaghkadzor cities.

Comparing the number of tourists staying in the hotel facilities of the region to the number of hotel facilities in the region it appears that Jermuk accounts for 70% of the tourists staying in the region. The same can be said about Tsaghkadzor in Kotayk region (about 90%), Dilijan in Tavush region (about 86%) (Figure 3). It should also be noted that the mentioned urban communities are considered established tourist destinations in Armenia, and offer unique tourist products. The latter serves as the basis for organizing overnight stays for tourists in the mentioned destinations.

Ministry of Territorial Administration and Infrastructure there are 45 urban and 480 rural communities in Armenia as of 2021. Urban population is 63.3% and rural population is 36.7%.

³ Statistical yearbook of Armenia 2021 // URL: <https://www.armstat.am/file/doc/99526853.pdf>

35% of the population is concentrated in the capital Yerevan, making it the most populated city of the country (Number of permanent population of the republic of Armenia as of January 1, 2021). In case of setting a local tax for increasing the financial capacity of the community and promoting tourism in the communities, it is necessary to take into account that in 2019 only 3.5% of inbound tourists stayed in hotel facilities located in the regions of Armenia (Yerevan RA capital in figures, 2021).

The largest touristic flows belongs to Yerevan, and the majority of the country's hotels are concentrated in Yerevan. In 2019, the number of hotel rooms in Yerevan reached 5427, recording an increase of about 20% (Organizations providing hotel services, 2020). The rapidly growing demand for tourism services has led to an increase in the number of hotels as well.

The occupancy rate in Yerevan's leading hotels is on average 70–80%, but it is significantly lower in other regions. The average occupancy of hotels in the world ranges from 50–70% depending on the season and location (Cobbold, 2021). A high level of employment in regions is observed only in active tourist centers (Jermuk: 65%, Tsaghkadzor: 50%)⁴. The low employment rate is also due to the high seasonality of tourist flows. As a rule, there is a shortage of hotel rooms during the peak period, while the hotels are mostly empty during the off-season. The low level of employment hinders the development of large hotels in the regions. Meanwhile, large hotels can create opportunities for the development of the hotel segment in regions. In this case, if appropriate tax policy is developed, some part of the income from the city-tourism tax can be provided to hotel facilities for the formation of an additional fund during the low season, which will contribute to the stable price policy conducted by hotel facilities, regardless of seasonality. This can also be used by government agencies as an incentive to initially motivate hotel properties in accepting the tax.

The population of Yerevan is 1084.6 thousand people as of October 2016, which is about 36% of the total population of the country (2959.7 thousand people) (The permanent population of RA as of January 1, 2020). In 2019, the volume of services in Armenia was 1993439.3 million drams, and in Yerevan — 1661801.9 million drams (83.3% of the total) (Volume of services by regions and Yerevan city, 2020). This dominance of services in Yerevan also creates favorable conditions for the development of the tourism sector. Since Yerevan is included in almost all tourist packages to Armenia, the number of visitors to Yerevan and Armenia are often equated.

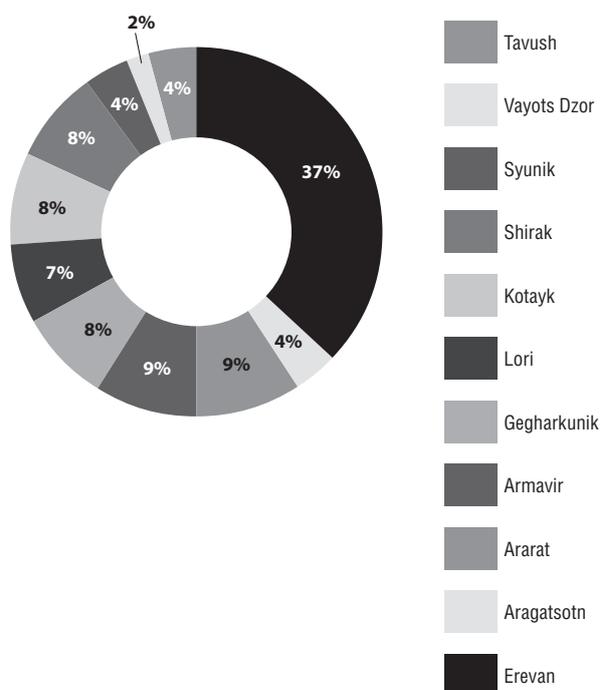


Figure 4. The number of permanent population in RA by regions and Yerevan as of January 1, 2021
Source: RA Statistical Committee

The tax rate of hotels in the European countries is mainly defined according to their qualification or star order. The application of this method in Armenia, however, requires a uniform legal regulation of the hotel sector, because the qualification of hotels in Armenia is carried out on a voluntary basis.

According to the 2021 data of the Ministry of Economy, there were 8 hotel objects with qualification in RA: 6 hotels, 1 boarding house, 1 tourist house.

There are 10 hotels belonging to 8 international hotel chains operating in Yerevan, which have 3–5 star classification according to international and local standards. The quality of services provided in other hotel facilities is mostly classified based on its own standards.

Suggestions

The proposed approaches to price policy can be applied both in case of local application of city-tourism tax and in case of its application only in Yerevan.

1. It is proposed to differentiate the tax rate according to international and local hotels, in which the tax rate will depend on the star classification of the given establishment. However, in this case, there may be inconsistencies between the classification of the hotel and the quality of the services provided. Following the example of

⁴ The hotel sector in Armenia // URL: <http://www.isc.am/hy/inner/473> (15.11.2021)

Table 2

The list of qualified hotel facilities in RA according to the RA Ministry of Economy, 2021

Name of the facility	Qualification and type of hotel facility	Location
Multi Grand Hotel	5* «Deluxe» hotel	Kotayk region, Verin Ptghni
Opera Suite Hotel	4* hotel	Yerevan
Central Hotel	4* hotel	Yerevan
Ani Plaza	4* hotel	Yerevan
Ararat Hotel	4* hotel	Yerevan
§Dghyak, boarding house	Class III boarding house	Tavush region, Dilijan
§Takht-House	Class III tourist house	Tavush region, Dilijan

European countries, 500 drams (€0.92) can be set for 2* and 3* local hotel facilities, 1000 drams (€1.83) for 3-4* international chain and 4* local hotel facilities, for local and international 5* hotels, set a rate of 1500 drams (€2.75) (per person per night).

2. A more effective way of taxing hotels in Armenia can be the following approach: to set the tax to be paid in the amount of a certain percentage of the value of the selected room - per person, per night. That is, if, for example, a person spends a night at the cost of 30,000 drams, then in case of a 3% tax, the tourist will pay an additional 900 drams. The amount payable will vary depending on the value of the selected room, not the star rating of the hotel.

Since there are no clear statistics on what kind of rooms tourists stay in hotel facilities and for how many days, it is therefore not possible to calculate how much money will be generated from the application of the city-tourism tax.

An important question is who will bear the hotel tax, depending on the elasticity of supply and demand for the mentioned services and the sales strategy of the hotel properties. If the prices of hotel services are increased and the local tax shown in a separate line in the total account, then the tax must be paid by the tourist. If the prices are kept the same and the tax is absorbed, the hotel owner will pay the hotel tax at the expense of the profit. The demand for hotels that raise prices will be lower than the demand for competitive hotels, which decide to keep prices unchanged. However, it is important to consider that the demand for low-end hotels is relatively elastic to price changes, while the demand for luxury hotels is relatively inelastic to prices. This means if low-end hotels increase their prices, it will greatly affect the demand for hotel services, while a price increase will have little effect on the demand for high-end hotels.

The control and management of the money received from the city-tourism tax in Yerevan will be carried out by the relevant departments of the Yerevan Municipality, the legal basis of

which is derived from the law on local self-governance in Yerevan⁵. The received revenues can enter the budget of Yerevan and be allocated to the tourism development projects of the city of Yerevan. In 2019, the tourism development concept of the city of Yerevan, developed by the initiative of the tourism department of the municipality, mentions the funds obtained from the application of the tourist tax as a source of additional financing for the appropriate design and modernization of the existing archaeological and historical-cultural monuments, parks, recreational places and parks, streets in the city (Concept of tourism development of Yerevan city, 2019).

There are such touristic resources in Armenia, which can be of primary importance for the development of tourism, but due to the scarcity of financial flows, the cultural and religious structures are in need of repair and restoration, and the existing infrastructures are poorly developed. For this purpose, it is proposed to use the financial resources received from the city-tourism tax not only for tackling tourism related problems in the city of Yerevan but also invest them for the development of the tourism of the entire country. According to the RA 2021 state budget law, 7,280,285.4 thousand drams were provided for the implementation of the tourism development program, of which 5,824,228.3 thousand drams were loan funds and 1,456,057.1 thousand drams were co-financed⁶. The money received from the city-tourism tax can reduce the share of credit funds provided by the state to the tourism sector.

Discussion

Based on the data of the conducted research, it can be argued that the application of the city-tourism tax is still more appropriate to apply only in the city of Yerevan, although the

⁵ The law on local self-governance in Yerevan. 2008: Retrieved from // URL: <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=73279> (25.10.2021)

⁶ Law on the RA 2021 state budget. <https://www.gov.am/files/docs/4337.pdf>

city-tourism tax has many positive aspects. Notwithstanding, its application in Armenia may face many challenges:

■ This type of tax can have a direct impact on the number of tourists visiting Armenia. Since city tax is not applied in neighboring countries (Georgia (9.3 million tourists), Azerbaijan (3.1 million tourists)), to make more accurate predictions, it is necessary to conduct large-scale surveys among tourists and find out their willingness to pay the tax.

■ Disagreements may arise between hoteliers and government agencies over the increase in overall prices of hotel services due to the tax. Moreover, it can lead to the low profitability of promotion mechanisms, the drop in demand for hotel facilities in urban communities due to the tax, and other possible issues.

In order to promote the use of city-tourism tax in hotel economy facilities, the state can apply various measures. For example, in the case of developing an appropriate tax policy, some part of the income from the city-tourism tax can be provided to hotel facilities for the formation of an additional fund during the low season, or depending on the type of tax paid by the hotel facility, tax benefits can be applied.

■ In order to introduce the city-tourism tax as a local tax in the urban communities of Armenia, it is necessary to make changes in the tax code and develop a draft of legislative amendments. The adoption of the latter will allow to ensure the application of the tax at the local level. In case of application of the tax the organization and control of the tax collection should be properly organized by the municipal governments.

If the city-tourism tax is applied only in Yerevan, it will also be necessary to make legislative changes that will allow the tax to be applied only within the city of Yerevan. This can be a special type of tax that can later be applied in other urban communities, for example in Jermuk, Dilijan, Tsaghkadzor, which have great touristic potential.

■ In case of application of city-tourism tax as a local tax throughout the country, each urban community will spend the money generated from the tax for the solution of tourism problems and development of tourism in its community. In this case, a disproportional distribution of income between urban communities can occur due to the large difference in the number of tourists staying in the communities.

When applying the tax only in Yerevan, the authority to deal with the collection of the tax and the use of the received funds belongs to the Yerevan Municipality. Collected taxes entering Yerevan's budget are distributed to

relevant sectors. In the case of city-tourism tax they should be used for developing the potential of tourism in the city (or in Yerevan). However, in this case, the money received from the tax cannot be used in the development or restoration projects of various tourist destinations of the country. One of the options for solving the problem can be the transfer of the money received from the tax by the municipality to the Treasury of the Republic of Armenia, from where, according to the government's annual budget project, the money will be transferred to the Ministry of Economy and will be allocated to the State Tourism Committee. The latter taking into account the priorities of the sector defined by its annual development plans, will provide appropriate funds for various activities. However, it is necessary to set a certain minimum amount that will be directed to the development of tourism in specific regions and the rest for general activities by the committee.

Since the highest indicators of the tourism sector in Armenia were recorded in 2019, the conclusions and suggestions given in the research work were based on the statistical data of that year.

Dianna Khojayan

student of Yerevan State University,
dianna.kh@mail.ru

Marianna Vardanyan,

student of Yerevan State University,
mariannvard@gmail.com

Gor Aleksanyan,

assistant professor of Yerevan State University,
goraleksanyan@ysu.am

References:

1. *Aguilo, E. A.* (2005). The Short-Term Price Effect of a Tourist Tax through a Dynamic Demand Model: The Case of the Balearic Islands. *Tourism Management* 26, 359-365.
2. *Business Destinations.* (19 August, 2019). Retrieved 2 October, 2021, from: <https://www.businessdestinations.com/destinations/destinations-introduce-tourist-tax-in-attempt-to-control-swelling-visitor-numbers/>
3. *Cetin* (2014). Sustaining tourism development through city tax: The case of Istanbul. *e-Review of Tourism Research* 11(1), 29-31. Retrieved 11 November, 2021, from: https://www.researchgate.net/publication/286769590_Sustaining_tourism_development_through_city_tax_The_case_of_Istanbul
4. *Cobbold, L.* (2021, May 13). Global hotel occupancy. Retrieved November 15, 2021, from Amadeus: <https://amadeus.com/en/insights/press-release/rebuilding-hospitality-research-report>

5. Concept of tourism development of Yerevan city. (2019). Retrieved from <https://www.yerevan.am/uploads/media/default/0001/94/61229b9495224af7468c26d24738e8646d28bee8.pdf>
6. Gago, A. L. (2006). Taxing Tourism in Spain: Results and Recommendations. Working Paper No. 40; Milano: Fondazione Eni Enrico Mattei.
7. Litvin, S. W. (2006). Expenditures of Accommodations Tax Revenue: A South Carolina Study. y. Journal of Travel Research 45.
8. Number of permanent population of the republic of Armenia as of January 1, 2021. (n.d.). Retrieved from Statistical Committee of the RA: https://armstat.am/file/article/nasel_01.01.2021.pdf
9. OECD. (2014). Taxation and tourism. OECD Tourism Trends and Policies 2014. doi: <https://doi.org/10.1787/tour-2014-6-en>
10. Organizations providing hotel services. (2020). RA socio-economic situation in 2020 in January-May. Retrieved from Statistical Committee of the Republic of Armenia: https://armstat.am/file/article/sv_05_20a_460.pdf
11. RA Law on Local Self-Government in the City of Yerevan <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=73279>
12. RA Law on Tourism and Tourist Activities: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=64659>
13. Socio-economic situation of RA in January-December 2019. (2020). Retrieved from Statistical Committee of the Republic of Armenia: https://www.armstat.am/file/article/sv_12_19a_421.pdf
14. Socio-economic situation of RA in January-December 2020. (2021). Retrieved from Statistical Committee of the Republic of Armenia: https://www.armstat.am/file/article/sv_12_20a_421.pdf
15. Some indicators of international tourism in January-December 2019-2020. Retrieved from RA Statistical Committee.: https://armstat.am/file/article/sv_01_22a_421.pdf
16. Survey of international visits to Armenia for the January-December 2013. (2014, March). Retrieved from <https://www.mineconomy.am/media/2076/1456.pdf>.
17. Territorial statistics of RA Statistical Committee. (2019). Retrieved from <https://www.armstat.am/am/?nid=130>
18. The permanent population of RA as of January 1, 2020. Retrieved from RA Statistical Committee: https://armstat.am/file/article/nasel_01.01.2020.pdf
19. Tourism statistics of the RA. (2019). Retrieved in 11, October, 2021, from Tourism Committee. Ministry of economy of the RA: <https://www.mineconomy.am/page/89>
20. Volume of services by regions and Yerevan city. (2020). Statistical yearbook of Armenia. Retrieved from Statistical Committee of RA: <https://armstat.am/file/doc/99520958.pdf>
21. White Paper: Destination funding and the impact of tourism taxes. (2020, November). Taxing for Better Tourism? Retrieved July 22, 2022, from GROUP NAO: https://groupnao.com/wp-content/uploads/2020/11/TOURISM-TAXES-BY-DESIGN-NOV12-2020_rettet-compressed-2.pdf
22. Yerevan RA capital in figures. (2021). Hotel facilities. Retrieved from Statistical Committee of RA: <https://armstat.am/file/doc/99527598.pdf>

И. Г. Овчинникова

ОА «Отель Прикамье», г. Пермь

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 338.46

НОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье выявлены проблемы по ситуации с кадровыми ресурсами на рынке труда и вовлеченностью персонала на предприятиях индустрии гостеприимства. Кризисные условия, цифровая трансформация, формирование нового молодого поколения потребовали радикального пересмотра концепции управления предприятиями. Реализация антикризисных мер стала невозможна по причине нехватки персонала и необходимости формирования новой парадигмы управления человеческими ресурсами в гостиничных предприятиях. Проектно-ориентированный подход, который никогда не был популярен в гостиничном бизнесе, возможно позволит более эффективно строить систему управления персоналом. Это связано с тем, что в данном подходе используется иная парадигма к управлению персоналом, происходит трансформация инструментов, которые применяют уже в стратегии по управлению человеческими ресурсами. Главными становятся принципы: инновационность, гибкость, адаптивность, готовность к быстрым изменениям. Поэтому многие научные деятели В. И. Воропаев, А. Я. Кибанов, Е. А. Митрофанова, Е. Ю. Никольская, М. А. Шкуропат, Е. А. Митрофанова и Э. А. Эсаулова уже рассматривали необходимость внедрения антикризисных инструментов по управлению персоналом в основную стратегию организации. Проектно-ориентированный подход в модели антикризисного менеджмента изменит систему управления персоналом и позволит наиболее эффективно преодолевать кризисные условия.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсам, антикризисный менеджмент, проектно-ориентированный подход.

I. G. Ovchinnikova

Director of PJSC «Hotel Prikamie», Perm

Perm State University

A NEW PARADIGM FOR THE DEVELOPMENT OF THE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT SYSTEM AT HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES

The article identifies problems with human resources in the labor market and the involvement of personnel in hospitality industry enterprises. Crisis conditions, digital transformation, the formation of a new young generation required a radical reconsideration of enterprise management concept. The implementation of anti-crisis measures became impossible due to a shortage of personnel and the need to form a new paradigm of human resource management at hotel enterprises. A project-oriented approach, which has never been popular in the hotel business, may allow to build a more effective personnel management system. This is due to the fact that this approach uses another paradigm for personnel management, there is a transformation of the tools that are already used in the human resource management strategy. The main principles have become such as: innovation, flexibility, adaptability, readiness for rapid changes. Therefore, many scientists — V. I. Voropaev, A. Ya. Kibanov, E. A. Mitrofanova, E. Yu. Nikolskaya, M. A. Shkuropat, E. A. Mitrofanova and E. A. Esaulova have already considered the need to introduce anti-crisis tools for personnel management into the main strategy of the organization. The project-oriented approach in the anti-crisis management model will change the personnel management system and will allow to overcome crisis conditions most effectively.

Keywords: human resource management, anti-crisis management, project-oriented approach.

В условиях жесткой конкуренции на рынке гостиничных услуг, под влиянием кризисных факторов, большое значение приобретают антикризисные инструменты. Умение адаптироваться становится определяет дальнейшее развитие предприятий. Внешняя среда оказывает активное и сильное влияние на деятельность гостиничных предприятий. И это не только влияние кризисных явлений, а также развитие Индустрии 4.0, появление нового потребителя, формирующегося в период нового этапа индустриального развития, изменение требований к туристическому рынку на всех уровнях (макро-, мезо- и микро).

Гостиничные предприятия для успешного функционирования, должны развивать новые компетенции для сохранения конкурентных преимуществ на выбранных сегментах рынка. Современное состояние рынка гостиничных услуг характеризуется разнообразием гостиничных продуктов, то есть каждый потребитель может подобрать предложение в соответствии со своими потребностями и повышением качества обслуживания. Обеспечить удовлетворенность потребителей возможно за счет профессиональной подготовки кадров, развития экономики впечатлений, внедрения новых цифровых технологий, оптимизирующих бизнес — процессы и выводящие их на новый качественный уровень.

Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года одной из задач формирования туристского бренда страны, а также повышение эффективности функционирования отрасли в целом является квалифицированная кадровая обеспеченность [3].

С 2021 года Ростуризмом реализуется нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства», который включает в себя три федеральных проекта: «Создание качественного и разнообразного турпродукта на всей территории страны», «Повышение доступности туристического продукта», «Совершенствование управления в сфере туризма» [6].

Также на всех уровнях управления развитием туризма идет процесс цифровизации этой деятельности. Так, в Стратегии по развитию туризма в РФ до 2035 года отмечается, что внедрение цифровых технологий формирует основные тенденции развития туристской отрасли.

Развитие кадрового потенциала и наличие антикризисных программ является одним из направлений деятельности в комитете по устойчивому развитию туризма, созданного при Российском Союзе Туриндустрии. Основные направления социального устойчивого развития сбалансированы с критериями,

предложенными GSTC при UNWTO: предоставление равных возможностей для трудоустройства и продвижения по службе, уважение трудовых прав, обеспечение безопасной рабочей среды [10].

Сейчас уже во многих странах реализуется концепция устойчивого развития туризма, где одним из направлений является социальное измерение. Например, в Германии в концепции «Устойчивое развитие в немецком внутреннем туризме» в разделе, посвященном социальной устойчивости уделяется внимание молодому поколению. Например, такие условия: сезонной характер работы, посменный, сверхурочная работа, ночные смены и низкий уровень заработной платы отталкивают молодое поколение от работы в туризме. Для удержания квалифицированных молодых сотрудников на рабочих местах предлагаются социальные блага. Например, создание детских садов на несколько отелей, создание «рабочих тандемов», когда одна позиция делится между молодыми и пожилыми сотрудниками, или уютное и недорогое жилье для сезонных работников [7].

Важно, чтобы меры по улучшению качества занятости обеспечивали вовлеченность в создание продукта всех заинтересованных сторон, и чтобы эти усилия были направлены на достижение долгосрочных целей. Также разработчиками данной концепции предлагается внести данные предложения в стратегию по развитию туризма в Германии.

Сегодня, не смотря на разработанные механизмы по созданию кадрового потенциала в индустрии гостеприимства, отрасль столкнулась с проблемами нехватки персонала причем на всех уровнях от линейного до управленческого состава. UNWTO обращает внимание на то, что во время последнего мирового кризиса сфера гостеприимства, с марта 2020 очень сильно пострадала, до сих пор 120 млн. рабочих мест находятся под угрозой. Создание рабочих мест сократилось на 72 % в 2020 году по сравнению с 2019 года [11]. В РФ компания Hh.ru отмечает, что в сегменте HoReCa с января по сентябрь 2021 года спрос на персонал вырос в 2 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 54 500 вакансий. А количество соискателей на эти должности сокращается. В итоге, в сегменте HoReCa на одну вакансию претендуют 2 работника. В Hh.ru отмечают снижение конкуренции среди соискателей на 65 %. До коронакризиса конкуренция в этом сегменте составляла 5 человек на место [1].

В результате работодателю необходимо решать вопросы привлечения нового персонала в условиях недостаточного предложения со стороны соискателей; формирование

Сравнительный анализ управления персоналом и управления человеческими ресурсами [5].

Управление персоналом	Управление человеческими ресурсами
Реактивная, вспомогательная функция	Проактивная, инновационная роль
Акцент на выполнение процедур и процессов	Акцент на достижениях целей
Специальный департамент	Деятельность как руководителей, так и самих сотрудников
Сосредоточенность на потребностях и правах персонала, как реакция на объективные противоречия между работодателем и работником	Сосредоточенность на развитии персонала
Персонал рассматривается как издержки, которые необходимо контролировать	Персонал рассматривается как инвестиции, позволяющие радикально повысить эффективность бизнеса
Конфликтные ситуации регулируются на уровне высшего руководства	Конфликты регулируются в рамках команд
Обеспечение текущей деятельности	Стимулирование перемен, развитие и обновления
Постановка целей с оглядкой на последствия для персонала	Обеспечение полной приверженности целям бизнеса
Негибкий подход к развитию персонала	Гибкий подход к развитию персонала
Творчество	Когнитивная гибкость

инструментов удержания персонала на рабочих местах и обеспечения их вовлеченности в производство гостиничного продукта.

Сложность решения данных вопросов вызвана влиянием факторов внешней среды. С одной стороны, продолжающееся влияние кризисных событий, вызванных пандемией, с другой стороны, цифровизация, переход на новый технологический этап, во время которого формируется новое поколение — цифровое (digital). Немецкие социологи К. Мангейм, Г. Элдер и др. проводят закономерность между технологическим этапом развития общества и сменой поколений. В таких условиях реализация антикризисного менеджмента затрудняется, поскольку требуется уже не адаптации системы управления персоналом, а применение современных методов, моделей и средств управления человеческими ресурсами. Проблема управления персоналом, в том числе и в антикризисном менеджменте, рассматривалась многими научными деятелями В.И. Воропаев, А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанова, Е.Ю. Никольская, М.А. Шкуропат и т.д. Митрофанова Е. А. и Эсаулова Э.А. полагают, что антикризисная стратегия управления персоналом должна быть «полностью интегрирована в организационную стратегию» [2].

В любой период времени главная стратегия гостиничного предприятия направлена на выстраивание взаимоотношений между тремя сторонами гостя — гостиничное предприятие — персонал. Успех этого подхода возможен только при грамотном управлении персоналом. Учитывая то, что поколение 20-летних в 2019 году составляло 32 % от всего населения мира, то соответственно необходимо при реализации системы управления персоналом учитывать эти данные.

Обратимся к распространенной сегодня теории Поколений, разработанной американскими исследователями В.Штраус, Н.Хоув. Данная теория в отличие от немецких социологов имеет маркетинговую направленность, поскольку раскрывает особенности поведения и потребления разных поколений, рассматривает какие факторы влияют на формирование их ценностей. Сторонники этой теории дают характеристику поколению, родившемуся после 2000 года (поколение Z): ценят комфорт, рассудительны, готовы брать на себя ответственность, не любят работать по стандартам, могут интенсивно вовлекаться в работу, для них важны карьера и статус, развитие личного бренда, справедливая мотивация «задачи — результат» и т.д.

Вместе с этим, условия, которые создает Индустрия 4.0, требуют реализации антикризисных инструментов не только для решения текущих проблем, но и для внедрения новых технологий с целью удержания конкурентных преимуществ.

М.С. Шмарков считает, что для эффективного управления бизнес-процессами необходимо грамотное использование современных цифровых технологий, влияющих на конкурентоспособность предприятия гостиничного бизнеса [9].

Таким образом, в условиях нестабильной внешней среды, в развитии Индустрии 4.0 и появлении нового поколения, необходимо определить уровень зависимости между вовлеченностью персонала гостиничных предприятий и эффективностью реализации антикризисных инструментов. Уже долгое время в российской и зарубежной науке поднимается вопрос о роли вовлеченности персонала в успешность предприятия и в достижении стратегических целей. Для этого необходимы условия для развития

персонала, в которых каждый сотрудник, менеджер и руководитель будут делать все возможное для блага компании [4].

В научных работах Й. Хеллеви́га вовлеченность сотрудников рассматривается как «подход, позволяющий добиться того, чтобы каждый сотрудник искренне заботился о своей работе, о компании, в которой работает, и о ее клиентах» [8]. В свою очередь, «лидер организации должен создать в ней такую атмосферу, чтобы все сотрудники работали с максимальной производительностью: чтобы они были полностью «включены», чтобы на рабочих местах присутствовали не только их тела, но и их разум. Иными словами, чтобы сотрудники были полностью преданы и вовлечены в работу точно так же, как предприниматель заботится о собственном бизнесе, или как каждый из нас заботится о собственном доме» [8]. Такая идеология отражает основные принципы индустрии гостеприимства и основную стратегию гостиничной деятельности. Вовлеченность персонала можно обеспечить за счет проектно-ориентированного управления, поскольку с помощью него можно учитывать требования и особенности персонала и использовать в реализации антикризисных инструментов. Данный подход позволяет применять более гибкие и мягкие методы к персоналу, поскольку использует концепцию управления человеческими ресурсами.

С. Ю. Серов предлагает для эффективности проектно-ориентированного управления перейти от традиционной концепции управления персоналом к использованию концепции управления человеческими ресурсами [5] (табл.).

Таким образом, для эффективной реализации антикризисной стратегии предприятия необходимо учитывать не только изменяющиеся условия на рынке гостиничных услуг, но и пересматривать подходы к построению системы управления персоналом, начиная с их потребностей в условиях технологического прогресса. При реализации проектно-ориентированного подхода появляется возможность вовлекать персонал в достижение общих корпоративных целей предприятия.

Библиографический список

1. В гостиничной индустрии наблюдается значительный кадровый дефицит [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hotelier.pro/personal/item/v-gostinichnoy-industrii-nablyudaetsya-znachitelnyy-kadrovyy-defitsit/> (дата обращения 12.10.2021).
2. Митрофанова Е.А., Эсаулова Э.А. Стратегия и политика антикризисного управления персоналом // Вестник университета. — 2017. — №11. — С. 34–41.
3. Национальный проект по развитию туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/natsionalnyy-proekt-turizm-i-industriya-gostepriimstva/> (дата обращения 01.01.2022)
4. Николаев Н.А. Методический подход к повышению эффективности труда на основе управления вовлеченностью персонала в деятельность малого предприятия: диссертация на соискание кан.экон.наук 08.00.05.- Екатеринбург, 2017. — 194 с.
5. Серов С.Ю. Управление человеческими ресурсами проектно-ориентированной компании: диссертация на соискание канд.экон.наук 08.00.05.- М., 2005. — 176 с.
6. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/documents/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/> (дата обращения 01.01.2022)
7. Устойчивое развитие в немецком внутреннем туризме [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://drive.google.com/file/d/1uDpgf_LSN_E8Y2klr06B_erCI79Xrm09/view (дата обращения 12.10.2021).
8. Хеллеви́г Й. Вовлеченность персонала в России. Предварительная версия / Й. Хеллеви́г. — М. : Гайд Авара, 2012. — 118 с.
9. Шмарков М.С. Шмаркова Е.А. Автоматизация гостиничных предприятий как механизм повышения конкурентоспособности // Обеспечение устойчивого развития регионов в пространственной структуре экономики России: сборник статей по итогам Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции. — 2018. — С. 44–46.
10. GSTC Industry Criteria with performance indicators for Hotels [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria-for-hotels/> (дата обращения 12.10.2021).
11. 2nd Edition UNWTO Global Tourism Investment forum [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.unwto.org/2nd-edition-unwto-global-tourism-investment-forum> (дата обращения 12.10.2021)

Овчинникова Ирина Геннадьевна,

старший преподаватель кафедры туризма **географического факультета** Пермского государственного национального исследовательского университета, соискатель кафедры менеджмента и предпринимательства Уральского государственного экономического университета, Екатеринбург, директор АО «Отель Прикамье»; manager@prikamie-hotel.ru



Л. В. Плакхина

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 379.85

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В ПЕРМСКОМ КРАЕ: НА ПРИМЕРЕ ВСЕРОССИЙСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ПО КУЛИНАРНОМУ ИСКУССТВУ И СЕРВИСУ «ЛЕГЕНДА»

Автор в данной статье рассматривает ряд вопросов, касающихся развития событийного туризма в Пермском крае и возможности создания туристического продукта во время проведения Всероссийской олимпиады по кулинарному искусству и сервису «ЛЕГЕНДА». Олимпиада — это уникальное мероприятие, организованное для встречи лучших специалистов в области ресторанного бизнеса, площадка для продвижения кулинарии и сервиса в части HORECA и гастрономического туризма в России. Статья посвящена событийному туризму, как перспективному направлению туристической деятельности, получившей широкую популярность в мире и находящейся на стадии становления в регионах России. Для формирования требований по созданию нового туристического продукта в статье рассматриваются разновидности гастрономического туризма, определяются стадии гастрономического туризма для Пермского края. Сделан вывод о том, что тенденции развития событийного туризма в Пермском крае имеют позитивную направленность и могут быть конкурентоспособными на внутреннем рынке России.

Ключевые слова: Туризм, событийный туризм, гастрономический туризм, олимпиада, Пермский край.

L. V. Plakhina

Perm State University

EVENT TOURISM IN THE PERM REGION: THE RUSSIAN CHAMPIONSHIP IN CULINARY ARTS AND SERVICE «LEGENDA»

The article considers a number of problems associated with the development of event tourism in the Perm region. Possibility of creating a tourist product during the Russian Championship in Culinary Arts and Service «LEGENDA» are discussed. The Championship is a unique event organized to meet the best specialists in the restaurant business, also it is a platform for promoting culinary and service in terms of HORECA and gastronomic tourism in Russia. The article is devoted to event tourism as a promising global tourism activity that has gained wide popularity in the world and still its infancy in the regions of Russia. To form prospects for the development of a new tourism product, the article considers the diversity of gastronomic tourism, a large stage of gastronomic tourism for the Perm Territory. It is concluded that the development of event tourism in the Perm region has a positive direction and can be useful for the Russian industrial market.

Keywords: Tourism, event tourism, gastronomic tourism, championship, Perm region.

Введение. Понятие «событийный туризм» впервые сформировалось в 1980-е годы в Европе, как составляющая таких видов туризма, как гастрономический, приключенческий и др. и смогло выделиться, как самостоятельная отрасль, благодаря определенным событиям, проходившим в Европе. В непростых условиях современной реальности выездной туризм крайне ограничен и, в связи с этим, проявился рост интереса к российским направлениям внутреннего туризма в разных его

проявлениях, в том числе и к событийному туризму.

В России постоянно проходит ряд мероприятий разного плана и масштаба (спортивные соревнования, культурные, гастрономические, исторической направленности и др.)

Основные цели статьи:

- Рассмотреть понятие событийного туризма, как одно из направлений туризма.
- Определить стадии развития событийного туризма.
- Проанализировать возможности событийного туризма в Пермском крае на примере

проведения Всероссийской олимпиады кулинарного искусства и сервиса «Легенда».

- Сделать вывод об особенностях событийного туризма в Пермском крае.

Событийный туризм — его разновидности и этапы развития

Событийный туризм, как направление набирает всё большую популярность. Суть этого направления — желание принять участие в определённом мероприятии или событии. Наиболее популярными являются крупные события в спортивном мире, концерты, выставки и фестивали, показы мод и др. При проведении различных событий увеличивается туристический поток, состоящий из желающих посетить то или иное мероприятие, или принять участие в них вместе с местными жителями. Событийные мероприятия имеют экономический эффект, так как способствуют денежному потоку, который складывается из предоставления различных услуг.

Рассмотрим события являющиеся поводом для посещения туристами:

- Культурные мероприятия (фестивали, карнавалы, концерты, выставки, религиозное паломничество).

- Политические мероприятия (форумы и встречи на высшем уровне, официальные визиты).

- Научные и образовательные мероприятия (конференции, семинары, присуждение научных премий).

- Спортивные мероприятия и конкурсы (Олимпиады, чемпионаты, соревнования).

- Социальные события (праздники в стране, день города).

Во время подготовки и организации мероприятия, как правило, наблюдается возрождение местных аутентичных кулинарных блюд, культурных традиций, расширение сувенирной продукции местных мастеров, активизируются транспортные компании, гостиницы, предприятия общественного питания. Предусматриваются экскурсионные туры, посещение театров и музеев. И это говорит о том, что преимущество событийного туризма перед другими видами туризма очевидно, так как организация событий неисчерпаема и количество участников событий в моменте реально может превысить количество участников других видов туризма.

Следует отметить, что организация событий довольно дорогое удовольствие, но перспективное и позволяет оживить туристическую деятельность территории, хотя требует немалых усилий представителей власти, частных предпринимателей и государственных предприятий, действующих на территории.

Стадии развития событийного туризма.

Процесс создания событийного тура проходит те же этапы, что и большинство остальных видов туристических программ:

1. Определение цели. Организатор, который планирует то или иное событие должен задаться вопросом: какой цели достигает данный продукт? Целью события может быть:

- увеличение доходов организации;
- укрепление связей с потребителями;
- появление — новых целевых потребителей;
- укрепление имиджа организатора и территории, на которой проводится мероприятие;
- пролонгация пребывания гостя — поскольку туристы могут продолжить свой отдых и после окончания события — надо лишь предложить им интересные программы, а стимулом для приезда послужит проводимое событие;

- увеличение наполняемости гостиниц;
- увеличение прибывающих туристов.

2. Определение условий проведения. На этом этапе организатору необходимо определить финансовые и другие аспекты деятельности по созданию и продвижению события:

- проанализировать уже существующие подобные продукты и предложения конкурентных фирм;

- сопоставить между собой полученные данные;

- провести SWOT-анализ;

- продумать систему награждения и поощрения участников.

3. Определение услуги. На этом этапе происходит создание туристического продукта:

- следует продумать общую картину продукта;

- разработать детали — названия, период пребывания и т.д.;

- рассчитать себестоимость тура ;

- продумать способы распространения тура среди заинтересованных клиентов.

4. Определение цены продажи тура. Определяем варианты цен для выхода на рынок.

Основные возможности событийного тура

Основным средством для событийного туризма, является событие.

- Необходимо определить временные рамки присутствия на мероприятии;

- разработать план пребывания туристов и гостей мероприятия;

- обсудить с туристами все возможные и предполагаемые дополнительные услуги.

При организации события в городе необходимо предусмотреть следующее:

- обзорные экскурсии по городу с посещением знаковых мест;

- посещение выставок, музеев, театров;
- ознакомление с региональной кухней через посещение местных предприятий общественного питания;
- организация шопинга в крупные торговые центры;

При организации тура следует учитывать возрастные, гендерные, религиозные критерии, поскольку каждому из них интересны свои события.

Событийный туризм в Пермском крае на примере Всероссийской олимпиады кулинарного искусства и сервиса «Легенда».

В мире существует опыт по искусственному созданию, какого-либо события, которое станет туристическим аттрактантом и будет способствовать привлечению людей и развития территории.

Олимпиада по кулинарному искусству и сервису «Легенда»

Таким событием для Пермского края стала олимпиада «Легенда». Пермский край для проведения Всероссийского чемпионата был выбран не случайно. В течение двадцати лет на территории Пермского края проводился один из старейших региональных кулинарных этно-фестивалей «Прикамская кухня», что послужило поводом для выбора территории. Фестиваль Прикамская кухня всегда привлекал профессионалов региона, студентов обучающихся в профильных учебных заведениях и всех неравнодушных к кулинарии [4].

По инициативе Национальной Ассоциации кулинаров России были проведены переговоры с губернатором Пермского края М. Г. Решетниковым по результатам, которых было достигнуто соглашение о совместном проекте — «Всероссийской олимпиаде по кулинарному искусству и сервису «Легенда». В 2020 году она проводилась в городе Перми на территории культурного пространства завода Шпагина. Олимпиада стала долгожданным событием не только для региона, но и для всей России. Поскольку Пермь — это не Москва и не Санкт Петербург, а так называемая Dark horse (англ. Тёмная лошадка — неожиданно сильный кандидат или претендент на победу, чья претензия на победу ранее не обсуждалась), следовательно интерес к данному событию среди профессиональной аудитории был повышенный.

Программа олимпиады предусматривала девять активных площадок в рамках одного проекта [6]:

- «Шеф Гола» — выбор лучшего шефа России.
- Кубок губернатора среди юниоров — выбор лучшего молодого повара Олимпиады.

- День «Прикамской кухни» — выбор лучших поваров региональной кухни.
- Олимпиада по кофе в джезве — выбор лучшего специалиста по джезве России.
- Олимпиада «Кондитер года» — выбор лучшего Кондитера России.
- Олимпиада Кависта — выбор лучшего кависта России.
- Арт-класс — выбор лучших кулинарных произведений искусства из пищевых продуктов.

▪ Деловая программа.

▪ Мастер-классы с дегустациями.

На олимпиаде были созданы условия для продвижения кулинарии и сервиса по международным стандартам Worldchefs. Для местных производителей это возможность представить свою продукцию и увидеть, что профессионалы могут приготовить из местного сырья.

Участниками олимпиады стали шеф-повара из 16 регионов России от Калининграда до Владивостока.

Аудиторию олимпиады составили:

- Шеф-повара, кондитеры из разных регионов России;
- Владельцы ресторанов, баров, кафе, гостиниц;
- Поставщики и производители оборудования, инвентаря;
- Представители ресторанного и гостиничного бизнеса;
- Люди, увлечённые вопросами кулинарии идеями здорового питания;
- Туристы и гости города.

Участниками были профессионалы, участвующие в конкурсах:

- 20 ноября 2020 года — 130 человек;
- 21 ноября 2020 года — 150 человек;
- 22 ноября 2020 года — 130 человек.
- 10 сентября 2021 года — 280 человек;
- 11 сентября 2021 года — 250 человек;
- 12 сентября 2021 года — 230 человек.
- 9 сентября 2022 года — 280 человек
- 10 сентября 2022 года — 300 человек
- 11 сентября 2022 года — 260 человек

Олимпиада «Легенда» сопровождалась проведением деловой программой, где выступили спикеры из регионов и приглашенные в качестве VIP гостей — директор представительства в РФ и СНГ Греческой туристической организации Поликарпос Эфстатиу, президент — основатель винного туризма Хосе Антонио Видаль, советник главы Ростуризма Юлия Рыбакова, а также экс-ведущая Контрольной закупки Наталья Семенихина и ведущая программы «Кухня ТВ» блогер Ника Ганич, президент Международного

этно-гастрономического центра Владимир Гелибгерман, президент Федерации Рестораторов и Отельеров Игорь Бухаров и президенты кулинарных ассоциаций разных регионов России.

В рамках деловой программы были обсуждены вопросы и перспективы развития сферы гостеприимства, вопросы кадрового голода в отрасли HORECA, подведены итоги конкурса на лучший фильм о Гастрономическом туризме в России, о кулинарных фестивалях России и о туристической привлекательности региона. Обсуждались вопросы развития туристического потенциала Пермского края, вопросы выживания предприятий общественного питания в послепандемное время, вопросы правильного питания и использование здоровых продуктов. Были организованы мастер-классы от ведущих поваров России. Все площадки олимпиады активно посещались.

По итогам регистрационного пункта олимпиаду ежедневно посещало в 2021 году до 2-х тысяч человек в день, а в 2022 году до 5-ти тысяч человек в день. Более 3-х тысяч предварительно зарегистрировались на сайте олимпиады, таким образом, по итогам организатора мероприятия выставочного центра «Пермская ярмарка» Олимпиаду посетило в 2020 году — две тысячи человек, в 2021 году более шести тысяч человек, в 2022 году 14 000 человек.

В 2022 году Олимпиада поменяла площадку, переехав с завода Шпагина на Пермь ЭКСПО, что только повысило её статус и увеличило посещаемость.

В январе 2022 года не стало автора и идейного вдохновителя олимпиады «Легенда» президента Национальной Ассоциации Кулинаров, Беляева Виктора Борисовича и кулинарное сообщество России решило посвятить третью олимпиаду по кулинарии и сервису «Легенда» легендарному шефу В. Б. Беляеву.

В состав третьей олимпиады «Легенда» были добавлены новые номинации «Сырордел-Легенда», в Арт-классе торт на тему «Пермь — 300», «Школьный обед» и «Школьный перекус», Фестиваль Пермских производителей «Покупай Пермское», олимпиада «Барбекю», приготовление Прикамской каши фестивальной. Таким образом, Олимпиада увеличила количество профессиональных номинаций до 19 с количеством участников до 280 кулинаров в день. Особенностью третьей олимпиады явилось её посещаемость — не только



Рис. 2. Предпочтения респондентов по видам туризма в Пермском Крае

жителями Пермского края, но и жителями России. На олимпиаду приехало более 300 человек из 40 регионов России [6].

В целях определения интересов по знакомству с Прикамской кухней на олимпиаде в 2021 году было проведено анкетирование. В анкетировании приняло участие 200 человек, выборка случайная. Возраст опрошиваемых не учитывался. По месту проживания были опрошены: 65% жители Пермского края, 6% Свердловская область, 3% Астраханская область, 5% Московская область, 3% Ленинградская область, 2% Костромская область, 3% Владимирская область, 4% Рязанская область, 2% Тюменская область, 2% Самарская область, 2% Хабаровский край, 3% Алтайский край.

Все респонденты выразили желание при знакомстве с Прикамской кухней, совместить это с каким ни будь туристическим продуктом, и определили продолжительность тура. По продолжительности тура 36% сказали, что тур должен длиться 3–4 дня, 40% — 5–6 дней, 24% — 1 день.

Знакомством с кухней Пермского края и предлагаемыми туристическими услугами предпочли:

- 26% — индивидуальные туры;
- 16% — гастрономический тур;
- 14% — лечебные или оздоровительные туры;
- 30% — экскурсионный тур;
- 5% — экстрим туры;
- 6% — горнолыжные туры;
- 3% — шоп туры.

Интерес респондентов к гастрономическим турам разделился следующим образом: 66% отправились бы в гастрономический тур, 34% нет. Это говорит о том, что вполне реально совместить с таким событием как олимпиада «Легенда» с добавлением посещения предприятий, где можно ознакомиться с кухней

Пермского края. Задача принимающей стороны наполнить тур интересными и незабываемыми экскурсиями, организовать комфортное размещение и продумать гастрономическую составляющую тура. А если рассматривать ещё посещение таких городов Пермского края как Кунгур, Оса, Березники, Чердынь, Чайковский, то возможно предложить экскурсионные программы на любой вкус.

Выводы. С учетом того, что олимпиада будет проводиться в 2022 году и далее, говорит о растущей популярности проекта. Если уделить больше внимания рекламе и усилению туристического продукта данное событие может быть внесено в календарь событий, проводимых в Российской Федерации. Олимпиада интересна не только профессионалам, он достаточно зрелищен и позволяет поучаствовать в различных дегустациях, что, безусловно, привлекает зрителей. Если добавить уличный стрит-фуд с колоритом региональных блюд, то у туриста, посетившего данное событие, сложится позитивное представление о регионе и обязательно захочется вернуться. Пермский край получит приток туристов в регион, привлечение средств в местную экономику, укрепление идентичности местного населения, увеличит ценность местных продуктов. Пермский край имеет достаточный потенциал для развития событийного туризма. Данное направление инновационно для региона и перспективно.

Плашкина Лариса Викторовна

старший преподаватель кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета;
permkulinar@gmail.com

Библиографический список

1. *Ведерников А.П.* Событийный туризм в реалиях пандемии-2020 // География и туризм. Научный рецензируемый журнал. 2020. №. 1(5). С. 45–46.
2. *Лебедева С.А.* Этимология понятия «гастрономический туризм» и его соотношение с концепцией «экономика впечатлений» // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом. 2018. С. 125–130.
3. *Нарута Я.С., Гарина Т.А.* Событийный туризм: понятия, Виды, Классификация // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016 — № 11-6. С. 1158–1162
4. *Плашкина Л.В.* Кулинарный фестиваль «Прикамская кухня»: история, проблемы, перспективы // География и туризм. Научный рецензируемый журнал. 2019. №1(4). С. 133.
5. *Шестакова Е.Н., Семакина Е.Н.* Туристическая аттрактивность маршрутов Пермского края в восприятии молодёжи // Географический вестник. 2021. Вып. 1. С. 56.

В. С. Фирсов

Московская высшая школа социальных и экономических наук

Т. И. Пастаногова

Музейный комплекс «Дом Пастернака», филиал Пермского краеведческого музея

А. В. Фирсова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 796.5

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В ЛИТЕРАТУРЕ: ПРОЕКТИРОВАНИЕ НОВОГО ОПЫТА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЛИТЕРАТУРНЫМ НАСЛЕДИЕМ

В статье рассмотрены гастрономические образы литературных ландшафтов. На примере деятельности литературных музеев выявлено как вкусовые предпочтения писателя или гастрономические образы его произведений используются для туристского продвижения литературных музеев, усадеб, заповедников. Выделены три основные направления развития туристских гастрономических практик: популяризация литературных произведений, в которых «вкусно» и подробно описана национальная кухня; изучение гастрономических пристрастий писателя; репрезентация вкусовых предпочтений литературного героя. Дан обзор произведений Н. В. Гоголя, в отношении которых реализуются все три направления. Тематические программы с гастрономическим компонентом представлены в известных литературных усадьбах «Мелихово», «Ясная Поляна» и др. Опыт литературных музеев и ресторанов дает авторам статьи возможность выделения такого феномена как «литературно-гастрономическое место» или «food-story»; сущность явления состоит в том, что нарратив литературного произведения используется менеджерами для брендинга заведения питания или гастрономического события. В качестве оригинального примера приведена программа фестиваля уличной еды «Обед у Пастернака», разработанная в литературном музее «Дом Пастернака» пос. Всеволодо-Вильвы и проект сервисного объекта в г. Перми, который может способствовать продвижению отдаленного литературного музея в крупном городе.

Ключевые слова: литературный туризм, гастрономический туризм, литературно-гастрономическое место, музей, фестиваль еды, Н. В. Гоголь, Б. Л. Пастернак.

V. S. Firsov

MSEES

T. I. Pastanogova

Museum House of Pasternak

A. V. Firsova

Perm State University

GASTRONOMIC IMAGES IN LITERATURE: DESIGNING A NEW EXPERIENCE OF INTERACTION WITH LITERARY HERITAGE

The article considers gastronomic images of literary landscapes. On the example of literary museums activities, it was revealed how the taste preferences of the writer or the gastronomic images of his works are used for tourist promotion of literary museums and museum-estates. Three main directions for the development of tourist gastronomic practices have been identified: popularization of literary works where the national cuisine is described in «delicious» details; research of a writer's gastronomic preferences; representation of the gastronomic preferences of a literary hero. The article reviews the works of N. V. Gogol, on the basis of which all three directions are realized. Thematic programs with a gastronomic component are presented in the popular literary estates Melikhovo, Yasnaya Polyana, etc. The research of literary museums and restaurants experience gives the opportunity to single out such a phenomenon as a «literary and gastronomic place» or «food-story»; the essence of the phenomenon lies in the fact that the narrative of a literary work is used by managers to brand restaurants or gastronomic events. As a case of a food-story, the authors describe the program of the street food festival «Dinner at Pasternak's», which was developed in the literary museum «Pasternak's House» in the village. Vsevolodo-Vilva. In addition, the authors propose a literary-gastronomic project that could be launched in Perm for promotion of the literary museum in Vsevolodo-Vilva.

Keywords: literary tourism, gastronomic tourism, literary-gastronomic place, museum, food festival, N. V. Gogol, B. L. Pasternak.

Введение. В настоящей статье мы обратимся к гастрономическим аспектам литературного ландшафта, формам их развития и репрезентации в литературных местах. *Литературный ландшафт* — это междисциплинарное понятие, используемое на стыке культурной географии и литературоведения, а также маркетинга территорий, музейного дела и туризма. Основными компонентами литературного ландшафта являются географическая местность и художественный текст, вместе они воспроизводят новые символы и смыслы, которые можно считать и интерпретировать. Турист, путешественник или исследователь, использует текст как ключ для открытия этого особого символического измерения в пространстве. Теоретические основы понятия литературной географии разработаны в трудах Ю. А. Веденина, он многое сделал для продвижения ландшафтной концепции в практиках работы с культурным наследием, именно ему принадлежит термин «литературный ландшафт», который формируется в результате взаимодействия литературного и географического пространств, при этом литературное наследие (мемориальное и символическое) имеет системообразующее значение в вопросах организации и репрезентации ландшафта [2, с. 15].

В данной статье мы исследуем, как в литературном ландшафте представлена гастрономическая составляющая: вкусовые предпочтения автора или гастрономические образы его произведений. Посмотрим, как гастрономические образы литературного ландшафта могут быть использованы для туристского брендинга и продвижения литературных мест и, в частности, литературных музеев. Спроектируем, как можно использовать гастрономические образы для развития музея «Дом Пастернака» во Всеволодо-Вильве и продвижения литературного бренда, связанного с именем и творчеством Бориса Пастернака, в Перми и Пермском крае.

Предметом исследования в статье являются гастрономические образы русской литературы, используемые в проектах по развитию литературного ландшафта.

Цель — изучить проектную деятельность литературных музеев в сфере гастрономического туризма; описать типологию существующих и перспективных форм работы с литературно-гастрономическим наследием; предложить гастрономический проект для развития музея «Дом Пастернака» в пос. Всеволодо-Вильва и продвижения литературного бренда, связанного с именем и творчеством Бориса Пастернака в г. Перми.

Методологической основой исследования выступают работы по культурной географии, локальному тексту, национальной кухне, маркетингу мест и туристскому проектированию

Ю. А. Веденина, Б. Б. Родомана, А. К. Жолковского, А. В. Фирсовой. Материалом исследования — информация официальных сайтов российских литературных музеев и других открытых интернет-источников, проза Н. В. Гоголя и поэзия Б. Л. Пастернака.

Способы репрезентации наследия в культурном ландшафте литературного музея. Современный литературный музей меняется и становится не столько площадкой трансляции культурного наследия, сколько местом взаимодействия с посетителем. Поиск новых форм трансляции наследия связан и с запросами современного потребителя на интерактивные формы взаимодействия, и с существенными изменениями в понимании миссии и функции музея, которые происходят внутри этой институции и обусловлены эстетикой постмодерн. Музей становится местом личностных и субъективных взаимоотношений, в процессе которых не передаются, но создаются новые знания и опыт [1]. На смену вертикальной коммуникации приходит горизонтальная, монополия на знание теряется, само знание больше не является целью, уступая место опыту, который должен пережить посетитель музея. Такой музей перестает быть ценностью сам по себе, но обретает ценность в отношениях с иным, т.е. как площадка для коммуникации и совместного производства нового опыта и смыслов [17]. Мы видим, как этот идеологический и концептуальный поворот изменил лицо современных музеев: успешными являются музейные программы, основанные на принципах экономики впечатлений и построенные на сочетании четырех компонентов: *интерактивные формы познания, активное воздействие на органы чувств, эстетичность услуги и эмоция*. Примерами таких программ являются *фестиваль, мастер-класс, арт-медиацция, дегустация и др.*

О последнем упомянутом формате взаимодействия с посетителем мы и будем говорить более подробно. Обычно музейные практики для посетителей используют визуальный и аудиальный каналы восприятия, реже — тактильный. Гастрономические практики открывают доступ к еще одному, очень мощному каналу восприятия — вкусовому. Вкупе с транслируемыми образами гастрономические практики способны обеспечить более яркий и глубокий уровень погружения в репрезентируемую культурную среду.

Гастрономические образы в литературе. Можно выделить три основных направления развития туристских гастрономических практик, которые задействуют литературное наследие. Первое направление — это литературные произведения, в которых «вкусно» и подробно описана национальная кухня. Второе — когда

предметом репрезентации становятся гастрономические пристрастия автора. Третье, когда предмет репрезентации — это гастрономические предпочтения литературного героя. Кроме того, есть четвертое направление, когда шеф-повар или бармен на языке гастрономии передает образы произведения, эмоции и настроения его героев. Разумеется, это деление условно, нередко гастрономические предпочтения героев одновременно «работают» на популяризацию национальной кухни, так герои романов Харуки Мураками знакомят нас с токийским стритфудом, а герои книг Марио Пьюзо с тонкостями сицилийской кухни. И все же, предпримем попытку рассмотреть разные подходы к гастрономическим образам в литературе и их практической репрезентации.

Популяризация национальной кухни в литературе на примере творчества Гоголя. Н. В. Гоголь, пожалуй, самый известный «словесный кулинар» в литературе [14]. Образы еды пестрят на страницах его произведений. А. Белый в статье о мастерстве Гоголя называл поэму «Мертвые души» — Жратвиадой; Л. В. Карасев метко подметил, что ход сюжетной линии у Гоголя отчасти продиктован волей желудка [15]. Родина писателя — Малороссия — навсегда останется для него эталоном вкусной и здоровой еды. Украинские блюда станут весомой составляющей цикла «Вечера на хуторе близ Диканьки». Вареники станут важным объектом повествования в повести «Ночь перед Рождеством» [3]. Тарас Бульба, из одноименной повести, перед уходом детей в Запорожскую Сечь дает распоряжения о блюдах застолья: *«Не нужно пампушек, медовиков, маковников и других пундиков; тащи нам всего барана, козу давай, меды сорокалетние! Да горилки побольше»* [4].

Имена гоголевских героев, ставшие нарицательными, используют для нейминга ресторанов, кафе, трактиров в России, на Украине и за рубежом (к примеру, хорошо известная в прошлом сеть ресторанов «Тарас Бульба»).

Гастрономические образы той или иной местности, воспеты в литературе, становятся полноценным компонентом культурного ландшафта, наряду с обычаями, обрядами, верованиями, образами фольклора. Для сложных явлений, которые возникают на стыке географического места и гастрономических образов в литературе, особенно в тех произведениях, которые формируют локальный текст, мы предлагаем понятие «литературно-гастрономическое место» [14]. Для краткости это понятие можно сжать до определения — **«food-story»**, так как слово «story» обязательно содержит в себе идею сюжета и хронотопа, в котором разворачивается сюжет.

Как отмечалось выше, географическое пространство, отраженное в литературном произведении, является не только культурно-географическим феноменом, но и туристским ресурсом территории [16]. Взаимодействие **географического места и кухни**, описанной в литературном произведении, кухни, имеющей «историю» (уместнее термин «story», т.к. он предполагает хронотоп и сюжет) создает новый феномен — **«гастрономическое место»**, а вкуче с литературой — **«литературно-гастрономическое место»**, которое для краткости понятия мы предлагаем называть **«food-story»**. В таких местах нарратив литературного произведения (сюжет, хронотоп, детали, персонажи), используются для брендинга ресторана. Например, атмосфера гоголевской Украины в ресторанах «Тарас Бульба» создается через обстановку, мебель, интерьер, форму официантов и меню — все эти компоненты взяты из произведений и конвертированы в стилистику бренда. Как правило, рестораны, в целях брендинга ресторанов, создают именно такие «food-story».

Гастрономические программы в литературных музеях. Литературные музеи в целях привлечения посетителей и создания гостеприимной атмосферы в последние годы стали активно внедрять гастрономические проекты. Это стало одним из интересных направлений развития туризма. По этому поводу вспоминается, как Петр I заманивал в Кунсткамеру гостей. Он распорядился не брать плату за вход, а подносить каждому гостю штоф вина или водки, а ежели кто не употребляет, то чашку кофе.

Какие гастрономические услуги может предоставить современный литературный музей? Конечно, это должно быть связано непосредственно с именем музея и творчеством писателя. Посмотрим, как развивается это направление.

Государственный музей истории российской литературы им. В. И. Даля при участии журнала «Гастрономъ» предлагает проект «Литературных ужинов» с блюдами, описания которых встречаются в произведениях русских классиков [13]. Проект успешно реализуется в мемориальных музеях, входящих в состав ГМИРЛИ. «Литературный ужин» основан на гастрономических предпочтениях писателя, имя которого носит музей, или литературных героев его книг. Посещение музея состоит из экскурсии и званого ужина.

«Литературный ужин» в Доме-музее Корнея Чуковского был посвящен его англо-американским переводам Киплинга, Дефо, О. Генри, Марка Твена [15]. Во время экскурсии посетители узнали о ранних поездках Корнея Чуковского в Англию, о его лондонских прогулках

с Артуром Конан Дойлом и петроградских встречах с фантастом Гербертом Уэллсом.

А меню ужина составляли:

Закуска Мини-сэндвичи с ростбифом

Первое Суп из зеленого горошка с мятой и беконом

Горячее Sunday Roast — запеченное мясо с кореньями

Десерт Пряный пудинг с карамельным соусом.

Государственный музей-заповедник С. А. Есенина предлагает посетителям фольклорные программы «Пасху радостно встречаем» и «Троица в Константинове», на которых туристы знакомятся с традициями празднования Пасхи и Троицы в Константинове, пробуют праздничные блюда [7]. А в обычные дни туристов ждёт чайная «Дом Дорожкиных», которая находится на музейной территории. В ней воссоздана атмосфера дореволюционной России с традиционной русской кухней. Здесь можно отведать рыбу запечённую, грибы в сметанном соусе, отварной картофель с маслом и зеленью, печёные яблоки, чай с травами, квас домашний.

Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна» угощает своих посетителей яснополянским чаем с выпечкой. Кроме того, посетители дважды в месяц могут принять участие в кулинарном проекте «Анковский пирог», или Секреты усадебной кухни». Программа интерактивная и включает в себя экскурсию по дому и парку, мастер-классы по приготовлению блюд, которые подавала Софья Андреевна Толстая своим домашним, а также мобильное приложение с рецептами из ее «Поваренной книги». Название пирога связано с именем доктора медицинских наук, домашнего врача семьи Берс Николая Богдановича Анке. По словам сына Толстых, Ильи, «именины без анковского пирога тоже самое, что Рождество без елки...».

Вас научат готовить и знаменитый пирог, и котлеты де-воляй, и ленивые пельмени с горчичным соусом. А летом музей приглашает на сезонный проект «Литературное варенье», где можно сварить варенье из клубники по рецепту Софьи Андреевны.

В музее М. А. Шолохова «На подворье Тимофея Каргина» проводится экскурсия по мельничному комплексу «История винокурения на Верхнем Дону в начале XX века» с дегустацией вин и обедом из блюд донской кухни.

Музей-заповедник А. П. Чехова «Мелихово» приглашает к себе на день рождения. Участники кратко знакомятся с историей усадебного дома Васильчиковых-Гончаровых, погружаются в атмосферу дворянской усадьбы, знакомятся с правилами чаепития XIX века и, конечно, организуют его [8]. Туристам после экскурсий предлагают компот из вишни

«Вишневый сад», помидоры «Три сестры», фаршированные булками и омлетом с зеленью, картофель «Человек в футляре» — картофель, запечённый в мундире и фаршированный яйцом, орехами и луком.

Почти во всех случаях мы наблюдаем либо репрезентацию национальной кухни, которая была представлена в произведениях автора, либо предложения, построенные на кулинарных пристрастиях самого автора. В случае Мелихово, известные и распространенные в российском общепите блюда, которым даны имена, связанные с творчеством А. П. Чехова. Ни в одном из случаев мы не наблюдаем истории, когда на языке кулинарии предприняли попытку донести художественные образы и поэтику литературного произведения.

Опыт музея Дом Пастернака в гастрономическом туризме. В музее «Дом Пастернака» в поселке Всеволодо-Вильва, в 2020 году тоже появился гастрономический проект «Обед у Пастернака» и сразу стал востребован посетителями. Он адресован, прежде всего, местным жителям и проходит в формате фестиваля уличной еды. Проект сочетает познавательный компонент (экскурсионная закуска «Борис Пастернак в жизни: традиции застолья в семье»), угощение гостей (Основное блюдо «Борщ от Пастернака»: суп на костре из овощей свежего урожая), интерактивную часть («Ассорти по-вильвенски»: закуски от гостей фестиваля, соленья, варенья, маринады, дегустация и презентация рецептов) [10].

Содержание программы подготовлено на основе мемуарной прозы современников Пастернака, из которой мы узнаем о бытовых и гастрономических традициях семьи поэта на разных этапах его жизни. Есть мнение, что Пастернак не любил шуток по поводу своей фамилии. На самом деле, будучи ещё 12-летним мальчиком, он подарил отцу на сорокалетие портрет, украшенный веточкой пастернака. Однажды В. Маяковский прислал ему записку: «В супе нашего веселья не хватает только вас, о Пастернак!» А поэт ответил: «Маяковский, вы правы: без пастернака суп пресен! Еду!» [6, с.204]. Как видим, он легко играл со своей фамилией. До революции семья жила на Волхонке, 14. Родители, люди искусства, любили принимать гостей, встречать всей семьёй праздники. И всегда накрывался стол. Известно, что на дни рождения всегда на столе был шоколадно-ореховый торт из кондитерской Гастона. После революции многое изменилось. И квартира стала коммунальной: поселили три семьи. И обеды стали другими. В Москве начались проблемы с продуктами, и домашние трапезы требовали не только кулинарных способностей, но и ловкости сыщика.

Первая жена Бориса Пастернака Евгения Лурье была беспомощна в быту, поэтому мужу приходилось быть «хранителем очага». В эту квартиру в гости заходили В. Маяковский, Н. Асеев, С. Бобров, К. Локс, Н. Тихонов, и тогда Б. Пастернак разжигал в коридоре самовар, трубу выводил в дымоход печки. Этот самовар шумел и поздними вечерами, когда он писал, постоянно подливая крепкий чай. Вторая жена — Зинаида Пастернак — создала писателю идеальный дом. «Зинаида Николаевна была отличной хозяйкой. У Бориса Леонидовича всегда был вкусный стол, такого замечательного борща я больше нигде не ела. Обед подавался в строго определенное время. В доме был порядок, который требовался Борису Леонидовичу. Он любил аккуратность», — вспоминала переводчица Вера Прохорова [11]. Советская реальность не сулила кулинарных радостей. В 1930-е в России свирепствовал голод: специальные распределители, куда иногда выдавали пропуск Пастернаку, и закрытые партийные столовые на общем фоне выглядели провокационно. С 1936 года он жил в Переделкино. Поэт сразу начал обустраивать там хозяйство. До обеда — писал и трудился над своими произведениями. В час дня спускался из кабинета в сад: работать на грядках. Он срезал с яблонь сухие ветви, сжигал листья, привозил навоз и удобрял землю. Огород спас Пастернака во время войны: он жил на даче и питался картошкой, которую сам выращивал. Известно, что Пастернак был хозяйственным человеком: мог сырыми дровами растопить печь и знал, что, перед тем как начать солить огурцы, нужно запаривать бочки. За любовь работать в огороде и саду современник Бориса Пастернака литератор Корнелий Зелинский называл его «гениальным дачником». Об увлечении Пастернака знали все соседи по Переделкину. Этот мотив — любовь к дачным работам роднит Пастернака с многими людьми. Поэтому фестиваль уличной еды «Обед у Пастернака» — это еще и праздник урожая, возможность участникам мероприятия продемонстрировать свои дачные достижения и поделиться рецептами заготовок.

Проект литературной рюмочной. В других работах, посвященных развитию бренда Бориса Пастернака в Пермском крае, мы говорили о том, что провинциальному музею «Дом Пастернака» во Всеволодо-Вильве нужен спутник в региональной столице. В Перми, при ее богатом литературном наследии, нет ни одного литературного музея. Таким музеем и центром работы с литературным наследием города мог бы стать «Дом Люверс» (Женя Люверс из ранней повести Б. Пастернака провела свое детство в Перми). Обоснование необходимости открытия

и описание целей и задач этого проекта мы оставим для будущих исследований. В контексте настоящей статьи важно другое — при «Доме Люверс» в Перми можно и нужно открыть смелый гастрономический проект — литературную рюмочную, вдохновенную творчеством Бориса Пастернака: «Достать и плакать!».

Цель проекта — популяризировать творчество Пастернака и, главное, сделать так, чтобы через карту вин и блюда в меню посетитель прочувствовал поэтику автора. Как это сделать? Через тематические коктейли и закуски, к каждому из которых будет подаваться карточка из крафтового картона с описанием и отрывком из стиха.

Коктейль «Железо в сурьме» близкий по рецептуре к кровавой Мэри, подается с начос, соусом шрирача и перцем халапеньо. В карточке кратко описаны непростые отношения Пастернака с Ольгой Ивинской и приведены строки из стихотворения «Свидание»:

*Как будто бы железом,
Обмокнутым в сурьму,
Тебя вели нарезом
По сердцу моему [9, с. 423].*

Джин на синем чае «Пена буревестников», подается с сыром дор блю, мхом, кедровыми орешками и сосновой веточкой. В карточке рассказывается о периоде 1913-1915 гг., когда Пастернак не мог определиться с призванием. Приведен отрывок из стиха «Весна»:

*От кружки синевы со льдом,
От пены буревестников
Вам дурно станет. Впрочем, дом
Кругом затоплен песнью.
И бросьте размышлять о тех,
Кто выехал рыбачить.
По городу гуляет грех
И ходят слезы падших [9, с. 32].*

Дебаркадер — коктейль на основе водки. Подается с маринованными огурцами и ломтиками балтийской селедки. В описании к коктейлю история создания стихотворения «Петербург»:

*Волны толкутся. Мостки для ходьбы.
Облачно. Небо над буюм, залитым
Мутью, мешает с толченым графитом
Узких свистков паровые клубы.
Пасмурный день растерял катера.
Снасти крепки, как раскуренный кнастер.
Дегтем и доками пахнет ненастье
И огурцами — баркасов кора [9, с. 21].*

Шот рома. С отрывком из стихотворения на карточке и фотографией дома Пастернака в Переделкино.

*Скромный дом, но рюмка рому
И набросков чёрный грот.
И взамен камор — хоромы,
И на чердаке — чертог [9, с. 362].*

Настойка на красной калине «Горечь» со стихотворением «Пиры» на карточке:

*Пью горечь тубероз, небес осенних горечь
И в них твоих измен горящую струю.*

*Пью горечь вечеров, ночей и людных сборищ,
Рыдающей строфы сырую горечь пью [9, с. 11].*

Это лишь несколько примеров, которые показывают, что на основе поэзии и биографии Пастернака можно составить обширную барную карту. Составление такой карты — это не просто эвристический литературоведческий эксперимент. Связь поэтических образов, их репрезентации в настойках и закусках и эмоционального состояния человека, который приходит в рюмочную отдохнуть, погрузиться, расслабиться или поговорить о сокровенном, потенциально способна создать новый эмоциональный и экзистенциальный опыт — опыт глубокого чувственного и экзистенциального погружения в лирику и метафизику поэтического текста. Так стыкуется прагматика и метафизика, так в повседневных гедонистических практиках человек может открыть мир поэтического текста и открыть себя.

Заключение. Работа с литературно-гастрономическим культурным наследием в литературном музее и за его пределами успешно зарекомендовала себя как эффективный инструмент по продвижению литературных брендов и привлечению туристов. Наличие гастрономических программ позволяет музеям охватить максимальное количество возможных каналов восприятия посетителя и предложить новый и довольно приятный опыт взаимодействия с литературным наследием.

Вместе с тем, мы показали, что в сфере работы с литературно-гастрономическим наследием существует обширное поле для экспериментов и что гастрономический опыт может не только развлекать, но и потенциально вовлекать человека в творческую вселенную автора на чувственном и экзистенциальном уровне, минуя рациональное восприятие и обращаясь к самым сокровенным уголкам человеческой души.

Фирсов Всеволод Сергеевич,

студент магистерской программы «Управление проектами в сфере культуры» Московской высшей школы социальных и экономических наук;
vsevolod.s.firsov@yandex.ru

Пастаногова Татьяна Ивановна,

научный сотрудник музейного комплекса «Дом Пастернака», (филиал ПКМ);
wwilwa@yandex.ru

Фирсова Анастасия Владимировна,

к. геогр. н., доцент кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета;
firssowa@mail.ru

Библиографический список

1. Балаш А.Н. Музей как «Другое пространство» культуры // Музей — Памятник — Наследие. 2018. № 1 (3). С. 12–22.
2. Веденин Ю.А. Литературные ландшафты как объекты наследия // География в школе. 2006. № 8. С. 15–21.
3. Гоголь Н.В. Вечера на хуторе близ Диканьки. Миргород: повести // М.: АСТ МОСКВА, 2008. 444 с.
4. Гоголь Н.В. Вечера на хуторе близ Диканьки. Для детей старшего возраста. // Я; Кн. изд-во, 1978. — 216 с.
5. Гоголь Н.В. Тарас Бульба. — М; Детгиз. 1952. С. 446.
6. Государственный литературный музей // URL: <https://goslitmuz.ru/poster/9544/> (дата обращения 30.07.2022).
7. Жолковский А. Книга книг Пастернака (К 75-летию «Сестры моей — жизни»). Журнал «Звезда» 1997, №12, с. 204 https://imwerden.de/pdf/zvezda_1997_12_text.pdf (дата обращения 21.07.2022).
8. Культура (официальный сайт Рязанской области) // URL: <https://culture-rzn.ru/news/13851> (дата обращения 30.07.2022).
9. Музей-заповедник А.П. Чехова «Мелихово» (официальный сайт) // URL: <https://chekhovmuseum.com/visitors/events/> (дата обращения 30.07.2022).
10. Пастернак Б.Л. Стихотворения и поэмы. /Сост. Е.Б. Пастернак; М: Худож. лит., 1988 г. 511 с.
11. Паустовский К.Г. Письмо из Тарусы // Собрание сочинений. Том. 7. М.: Художественная литература, 1983. С. 350–358.
12. Праздник. Обед у Пастернака (официальный сайт Пермского краеведческого музея) // URL: <https://museumperm.ru/event/222> (дата обращения 30.07.2022).
13. Прохорова В. Четыре друга на фоне столетия. Мемуары в письмах и воспоминаниях. <https://iknigi.net/avtor-vera-prohorova/55122-chetyre-druga-na-fone-stoletiya-vera-prohorova/read/page-1.html> (дата обращения 21.07.2022).
14. Родоман Б.Б. Пейзаж России // Поляризованная биосфера: Сборник статей. Смоленск: Ойкумена, 2002. С. 245–273.
15. Российская газета. [Электронное издание], 06.06.2019 // URL: <https://rg.ru/2019/06/06/reg-cfo/goslitmuzej-predstavil-proekt-literaturnyj-uzhin-udostoevskogo.html> (дата обращения 30.07.2022).
16. Смирнов В.Е. Культурное наследие Черкасской области: проектирование и продвижение экскурсионных продуктов. Дипломный проект бакалавра // <http://etis.psu.ru> (дата обращения 30.07.2022).
17. Украинская кухня. // Миллион меню. Кулинарный онлайн-журнал // № 22, январь 2014, С. 22.
18. Фирсова А.В. Роль художественной литературы в создании туристских мест Прикамья // Культурно-историческое наследие как фактор устойчивого развития территории: сборник трудов конференции / Соликамский гос. пед. ун-т. Соликамск. С. 312–316.
19. Фирсова А.В., Фирсов В.С. «Кто вы, Пастернак?» ограничения и возможности развития провинциального литературного музея // География и туризм (Geography and Tourism), 2021. Вып. 1 (7). С. 98–104.

ТЕНДЕНЦИИ В EVENT-ИНДУСТРИИ (на примере г. Перми)

Несмотря на распространённость праздничных мероприятий, они существуют стихийно, не регулируются какой-либо организацией, не рефлексированы в научных статьях, вследствие чего есть необходимость детального изучения ивент-индустрии, в частности такого направления как организация детских ивент-программ. На сегодняшний день недостаточно научных и статистических исследований по данному сегменту сферы услуг. Также в ивент-сфере существует большая конкуренция. Чтобы создавать праздники, нужно владеть технологией написания сценария, создания анимации, внедрения геймификации, а самое главное развиваться и знать тренды своего направления event-индустрии. Организация детских мероприятий в г. Перми отстает от других городов России, в тоже время требования к качеству услуг в сфере организации детских мероприятий предъявляются высокие. Необходимо быть на уровне, чтобы удовлетворять потребности заказчика и достойно представлять ивент-индустрию в городе. В статье рассмотрена организация детских праздников как значимая часть event-индустрии; проанализированы способы выявления трендов для детских ивент-программ; изучены примеры внедрения инновационных технологий и использования высокотехнологичного оборудования в ивент-программах; приведены данные опросов среди организаторов (event-агентств) и заказчиков (родителей в возрасте от 20 до 46 лет); даны рекомендации ивент-менеджерам, которые помогут создать яркое событие.

Ключевые слова: event, event-агентства, детские праздники, тренды, анимация, инновации.

E. D. Babkina

Perm State University

A. A. Safarian

Assistent professor Tourism Department, Perm State University

TRENDS IN EVENT — INDUSTRY OF PERM

Despite the prevalence of festive events, they exist spontaneously, are not regulated by any organization, are not reflected in scientific articles, as a result of which there is a need for a detailed study of the event industry, in particular such a direction as the organization of children's event programs. To date, there is not enough scientific and statistical research on this segment of the service sector. There is also a lot of competition in the event industry. To create holidays, necessary to master the technology of writing a script, creating animation, implementing gamification, and most importantly, develop and know the trends in your event industry. The organization of children's events in Perm lags behind other cities in Russia, at the same time, the requirements for the quality of services in the field of organizing children's events are high. Also required to be at the level to meet the needs of the customer and adequately represent the event industry in the city. The article considers the organization of children's holidays as a significant part of the event industry; analyzed ways to identify trends for children's event programs; studied examples of the introduction of innovative technologies and the use of high-tech equipment in event programs; data of surveys among organizers (event agencies) and customers (parents aged 20 to 46 years) are given; recommendations were given to event managers who will help create a bright event.

Keywords: Event, Perm, trends, innovation, animation.

Понятие и основные функции ивент-индустрии

Ивент-индустрия стала одним из самых перспективных направлений креативных индустрий. Она представлена большим количеством

агентств, которые способны организовать мероприятие любого уровня: от масштабных научных конгрессов до частных праздников. С каждым годом всё большее количество потенциальных клиентов интересуется данным видом услуг. Слово «event» в переводе с английского означает «событие, явление». Но в современном

русском языке этим словом ассоциируются любые мероприятия, проходящие в жизни человека. Существует несколько толкований слова «ивент». Согласно А. В. Шумовичу «Мероприятие — это вид человеческой деятельности, предполагающий встречу и взаимодействие разных людей, ограниченный по времени и связанный с реализацией каких-либо общих целей» [3]. И. А. Радченко приводит такое определение: «мероприятие — это яркое и запоминающееся действие, которое проводится от лица или имени организации с целью продвижения бренда, создания запоминающегося образа организации в сознании целевой аудитории» [2]. Он выделяет такие специальные мероприятия, как экскурсии, разного рода церемонии, юбилеи, приемы, дни открытых дверей. А. Е. Назимко рассматривает event с позиции маркетинговой значимости: «Событие в событийном маркетинге — это такое мероприятие, которое изменяет отношения целевых аудиторий и бренда, и обладает в их глазах субъективной значимостью» [1]. Каждый из авторов формулирует понятие «event» в соответствии с содержанием собственных исследований. Наиболее популярным и применимым можно назвать определение специального мероприятия, предлагаемое А. В. Шумовичем.

Как принято считать, массовые мероприятия — это городские праздники, достаточно крупные события, которые имеют какой-либо социальный эффект. На сегодняшний день мировой тренд приближается к самоорганизации и сегментированию. Имеется в виду, что заказчик самостоятельно выбирает форму выражения через event-сферу. Например, многие организации проводят массовые мероприятия как проявление своей внутренней, корпоративной культуры.

В Event-сфере множество направлений, различающихся между собой масштабом и спецификой. Рынок данных услуг регулярно меняется и зависит от спроса аудитории. Существует несколько видов мероприятий: открытия, презентации и выставки, ярмарки, праздники, пресс-мероприятия, мастер-классы, фестивали, концерты. Также ивенты делятся на несколько групп в зависимости от целей и аудитории: торговые ивенты, корпоративные ивенты, специальные ивенты. Заказчики все чаще хотят новых и нестандартных подходов к организации события, в связи с этим на рынке появляются все новые агентства, которые пытаются удовлетворить их запрос. Цель деятельности ивент-агентства заключается в организации и проведении мероприятий, которые могут быть, как коммерческими (т.е. преследуют цель извлечения прибыли), так и некоммерческими (реализуются как социальный проект).

Особенности ивент-индустрии в России

Ивент-индустрия появилась в России в середине 1990-х годов. Можно сказать, что рынок event-услуг относительно молодой и находится на стадии активного развития. Рост и развитие ивент-отрасли проходит неравномерно. Первые профессиональные ивент-агентства появились в Москве и Санкт-Петербурге. На сегодняшний день, почти в каждом регионе России насчитывается несколько крупных и множество малых ивент-организаторов и ивент-агентств и др. В России вкладывается фрагментарный рынок event-агентств. Большинство агентств представляют собой мини-компании с количеством сотрудников до пяти человек. Крупными агентствами являются компании, численностью более 50 человек. На данный момент три российских event-агентства входят в ТОП-50 event-агентств мира по рейтингу журнала Special Events [4].

Основной тенденцией развития российского рынка услуг является универсальность. Сейчас праздничные агентства берут организацию мероприятия «под ключ», это подразумевает комплекс услуг: разработку сценарного плана мероприятия, ведение, кейтеринг, PR-сопровождение мероприятия, съемку, коммуникацию с подрядчиками и др.

Также можно отметить следующие сложившиеся тенденции на рынке, которые определяют направление роста данной индустрии в России:

1. Увеличение универсальных event-агентств.
2. Появление западных операторов, заинтересованных в выходе на Российский рынок.
3. Повышение качества услуг.
4. Расширение спектра услуг.

Все вышеперечисленные тенденции российского рынка характерны для любой молодой сферы услуг на стадии своего развития. Однако, event-рынок не стоит на месте, а ориентируется на мировые тенденции.

Еще одной устойчивой тенденцией становится разработка собственных приложений и мобильных версий сайтов организации, что ускоряет процесс заказа. Можно заказывать мероприятия онлайн, что особенно актуально в период пандемии.

Сегодня с огромной скоростью захватывает потребителей новая тенденция — WOW (удивление) — эффект. Это обозначает то, что заказчику в первую очередь необходимо получить эмоцию от товара или услуги. Эта тенденция определенно подходит для event-агентств, ведь именно они продают эмоции и впечатления. Если организаторы будут относиться

к клиенту, как к индивидуальному потребителю, тогда агентство приобретет постоянных клиентов. На региональном уровне этот рынок выглядит примерно одинаково, разницей становится лишь отношение к заказчику и забота о нем.

Российский event-рынок перенасыщается стандартными мероприятиями, заказчик ищет новый, уникальный продукт. В первую очередь клиент ценит креативность агентства. Именно это заставляет праздничные организации постоянно создавать эксклюзивный и клиентоориентированный продукт.

Что касается будущего российского рынка event-а, то он вливается в мировую тенденцию и пытается быть «на уровне». Но на данный момент Россия отстает. Самые большие проблемы происходят из-за низкого качества предоставляемых услуг. Непрофессиональные работники этой сферы, которые думают, что провести и организовать мероприятие простое дело, что этому не надо учиться — дискредитируют ивент-рынок. У заказчиков, которые однажды попали к таким «профессионалам», формируется негативный опыт.

Существуют на этом фоне и другие проблемы: отсутствие прогрессивной конкуренции на рынке, нет организованного рынка, зачастую работа основывается лишь на рекомендациях (по сарафанному радио). Ивенторы в России не имеют полноценного образования в этой сфере, речь идет не о недельных курсах, а об образованиях в высших учебных заведениях.

За рубежом давно применяется такая практика — подготовка специалистов ивент-сферы в ВУЗах — и сейчас различные представители за рубежом ищут новые, эффективные способы обучения квалифицированных ивент-специалистов. Например, в Германии есть целый ряд частных и несколько государственных вузов, где готовят кадры для индустрии встреч. Россия часто заимствует опыт западных коллег, когда необходимо организовать масштабные мероприятия, такие как: церемония открытия Олимпийских игр, Международных соревнований и конкурсов. Однако, если брать в качестве примера корпоративный праздник или семейное событие (юбилей, свадьба), то здесь Россия выходит на лидирующие позиции. Это происходит из-за русских традиций, где каждый банкет идет продолжительностью не менее 5 часов. Гостей нужно постоянно развлекать и наши ивенторы сформировали свои навыки и умения, которыми делятся с молодыми специалистами.

Существуют и другие факторы, которые тормозят полноценный процесс внедрения

высокотехнологичных инноваций в организацию мероприятий. Событийные площадки в России отстают по технической оснащенности от западных аналогов. Резкий переход всех компаний на онлайн-форматы весной 2020 года показал, что российская интернет-сеть не готова к таким масштабам работы. Еще одним ограничивающим фактором стало экономическое состояние многих заказчиков, которые не имеют возможности платить большую сумму на мероприятие. Но агентства находят новые пути решения этих проблем, как правило, путем взаимовыгодных деловых отношений с подрядчиками.

Современные тенденции развития и популяризации event-сферы ведет к тому, что спрос на организацию мероприятий больше не будет зависеть от климатических и погодных условий, специальных праздников и других внешних факторов. Агентства осваивают все больше видов площадок, сооружений (тенты, шатры), в связи с этим увеличивается спрос на услуги не только в теплые сезоны, но и в другие периоды. Постепенно происходит сглаживание эффекта сезонности.

Одним из наиболее востребованных направлений ивент-индустрии является организация детских мероприятий. Для детей радостные эмоции, аниматор, вкусный торт — это теплые воспоминания на всю жизнь, поэтому родители стараются каждый раз подарить своему ребенку настоящий праздник. А организаторам детских мероприятий каждый раз приходится удивлять и создавать что-то новое.

За последнее время значительно выросли возрастные рамки — сейчас особую популярность набирают программы для подростков. Их тренды черпаются из социальных сетей и основываются на получении более ярких эмоций. Адреналин, драйв и страх — это то, что нужно современным детям.

Самым главным на детском празднике является аниматор. Аниматор — это профессиональный актер, который в образе какого — то героя или вымышленного персонажа проводит праздник для взрослых или детей. В зависимости от цели и темы праздника, аниматор может быть фокусником, героем известного фильма, актером моноспектакля.

Профессиональный аниматор должен уметь выступать на публике. Ему нужно чувствовать настроение коллектива, находить подход к любому участнику в любом возрасте. А также не забывать о своей программе, которую он должен довести до логического конца. Тогда праздник будет наполнен особой атмосферой.

Современные тренды в организации детских праздников

Все пытаются следовать трендам. Обсудим в данной части тренды у сфер ивент-индустрии. Трудно быть хорошим аниматором и нравиться детям, если не изучать тренды и не быть «на одной волне» с ними. Но где же искать эти тренды? Как понять, трендовый будет этот герой или нет?

Мультфильмы и сказки. Это основа, с которой началось развитие праздничной индустрии. Первые анимационные персонажи и тренды пришли к нам именно оттуда. Фильмы. Если обратить внимание, фильмы не всегда выдерживают проверку временем. Тренды, которые появляются в нашей индустрии из этой категории, часто бывают мимолетными. Но есть и те, кто весьма долго находится во внимании детей. Например, супер-герои или пираты.

Если спросить о самых популярных мультфильмах для детей 10 лет назад, в первом списке окажется «Лунтик», «Винкс». Дальше на экране появились звезды Анна и Эльза из «Холодного сердца», французский сериал про Леди Баг и Суперкота, «Монстры на каникулах». Список успешных фильмов и сериалов в нашей индустрии можно продолжать очень долго. Возникает вопрос, а как же уследить за этим всем и как понять, что найдет отклик, а что нет? Ведь далеко не каждый мультсериал или фильм станет основой популярной программы на детском празднике. Важно быть в курсе кино-событий, общаться с детьми и отслеживать их телевизионные предпочтения.

Можно опрашивать друзей с детьми или общаться с заказчиками на тему трендов, устраивать опросы в социальных сетях. Необходимо анализировать конкурентов. Чем больше конкурентов включилось в тренд, тем больше шансов, что он продержится максимально долго. Запросы. Для анализа рекомендуется использовать Вордстат, именно там можно увидеть, сколько человек ищет того или иного персонажа.

Куклы и игрушки в свое время породнились вместе с экранными новинками и продолжают диктовать тренды в ивент-сфере. Здесь помогает анализ детских блогеров на ютуб каналах. Блогеры часто проводят распаковки и снимают отдельные ролики с участием популярных кукол.

Игровые тренды. С развитием мобильных устройств, сила и влияние этих трендов на ивент-сферу увеличивается. Первооткрывателями в этой теме была игра Майнкрафт. Далее эту игру сместили Бравл старс, Амонг ас, Хагги-Вагги.

Социальные сети. В современном мире дети все больше времени проводят в ютуб, инстаграм, тик-ток, лайке, тем самым дают толчок новым трендам в нашей индустрии. Следствием этого, социальные сети стали отдельными трендовыми программами. Каждая социальная сеть принесла свои фишки. Тренды Youtube. Влад А4, челленджи и многое другое. Все это появилось именно благодаря youtube моде.

Тематический день рождения. Еще одной тенденцией стали тематические дни рождения. Например, тема космоса или сафари никогда не выйдет из моды. Торт на детском празднике — это замечательная традиция и хорошее завершение всей вечеринки. Но современная тенденция в организации детских праздников гласит — кэнди-бар делает день рождения еще более сладкой, приятной и яркой. Кэнди-бар — это стол с небольшими сладкими закусками. Наполнение кэнди-бара выполнено в рамках общей тематики праздника.

Для того, чтобы выявить актуальные тренды детских праздников, был проведен анализ ивент-программ и опрос. Целевая аудитория опроса — аниматоры и руководители агентств (беседа ВК, PermEventTalk, Аниматоры Лайк-шоу, беседа аниматоров со всей страны).

Респондентам предлагалось ответить на следующие вопросы:

1. Вопросы личного характера
2. Сколько лет работают в Ивент-индустрии
3. Какие программы сейчас самые популярные по запросам заказчиков
4. Где лучше всего искать тренды
5. Используют ли Вордстат
6. Какие тренды диктуют нам соц. сети в 2022 году

По данным опроса можно сделать следующие выводы:

- Девушек аниматоров в 3 раза больше, чем мужчин. Это связано с тем, что девушки больше эмоциональные, а на праздниках нужно дарить эти эмоции детям, девушки лучше ладят с детьми.

- Большая доля опрошенных (41%) работают в ивент-сфере больше двух лет.

- Самыми популярными программами стали: тик-ток вечеринки, «Холодное сердце», квесты, научное шоу, хагги-вагги, бумажное шоу, мыльное шоу, челленджи, Бравл-старс, аквагрим, «Щенячий-патруль».

- Аниматоры находят тренды в Тик-токе (48%), многие анализируют тренды в социальных сетях (31%); равная доля опрошенных, кто смотрят детских блогеров и анализируют своих конкурентов равна (27%); доля тех, кто

находят тренды в мультфильмах составляет 24%. Компьютерные игры и игрушки тоже создают тренды среди анимационных программ, но только по 10% находят тренды там. И всего 1% создают собственные тренды, благодаря своей креативности и фантазии.

- 80% опрошенных не пользуются WordStat, возможно многие просто не знают о такой возможности. Полагаем, что тем, кто продает свои услуги, необходимо анализировать запросы потребителей. Если на сайте более 5000 запросов «Эльза — аниматор», это говорит о том, что есть спрос на Эльзу.

- Какие тренды лидируют в начале 2022 года? Самый популярный тренд среди детей — «Хагги Вагги», держится на лидирующих позициях уже более 4 месяцев. На втором месте услуга «Бьюти-бар». На третьем месте известные челленджи из Ютуба — «Укуси, лизни», «Кажется, нащупал».

Тренды среди детей меняются стремительно, поэтому аниматору необходимо каждый раз менять свои программы, создавать актуальные предложения, чтобы конкурировать на рынке услуг. При создании программы, следует учитывать предпочтения детей, при запросе на праздник уточнять, какие мультфильмы и какие игры смотрит ребенок, чем он интересуется. В современном мире удивить ребенка обычной программой невозможно, но, если знать все тренды и быть «в теме», аниматор становится хорошим другом у всех детей на празднике.

Инновационные технологии в организации детских праздников

Для того, чтобы конкурировать на рынке ивент-индустрии мало знать тренды, необходимо совершенствоваться и внедрять в программы инновационные технологии. Привлечь заказчика и стать узнаваемым среди конкурентов — вот главная задача организации.

Нами был проведен анализ необходимости внедрения инновационных технологий.

Целевая аудитория опроса: взрослые, имеющие детей.

Респондентам предлагалось ответить на следующие вопросы:

1. Вопросы личного характера (пол, возраст, место проживания, дети).
2. Пользуются ли услугами детских праздничных агентств.
3. С какими организациями уже сталкивались.
4. Какие услуги предоставляли эти организации.
5. Чего не хватает агентствам для качественного проведения мероприятия.
6. Какие инновационные технологии хотели бы видеть в современном мире.

7. Связано ли развитие инновационных технологий с развитием праздничных агентств.

По данным опроса, проведенного в 2020 году среди профессионалов в сфере детских праздников и их клиентов, можно сделать следующие выводы:

- Люди в возрасте от 26 до 45 лет, у которых есть дети в возрасте от 1 до 10 и старше, чаще всего пользуются услугами праздничных агентств. Они прибегают к услугам агентств, потому что это самая занятая категория людей. Денег много, а времени мало.

- Люди в возрасте от 18 до 25 лет, имеющие детей от 1 до 6 лет, считают, что праздники можно проводить самостоятельно. Это связано с тем, что молодые люди активны и могут организовать всё сами, также у этой категории людей небольшой заработок, поэтому они не могут позволить заказать праздник.

- Люди в возрасте от 45 лет, имеющие детей в возрасте от 10 лет, чаще всего не пользовались услугами праздничных агентств, но хотели бы.

- 11% пользуются услугами частных лиц, это говорит о том, что частные лица начинают вытеснять агентства. Люди заказывают частных лиц, потому что они «проверенные», берут низкую стоимость за услуги.

- Те, кто имеет одного ребенка, чаще пользуются услугами, чем те, кто имеет 2 и более детей.

- Самым популярным агентством в Перми является «Like Show», работающее по франшизе от Екатеринбурга. Организация занимается проведением научных шоу: огненное, химическое, физическое. Такой спрос обусловлен тем, что в современном мире люди не хотят «обычно» праздновать свой праздник, им важно попробовать что-то новое и уникальное.

- Большая часть опрошенных считает, что для качественного проведения мероприятия не хватает инновационных технологий. Меньше всего человек проголосовало за профессионализм аниматора, это говорит о том, что аниматоры в Пермском крае обучены и проводят праздник на достойном уровне.

- Как видно из проведенного анализа, инновационные технологии в event-индустрии в Перми не используются совсем.

- Самыми желаемыми инновационными технологиями среди жителей Пермского края стали: сенсорный стол, 3D mapping show, интерактивный пол, очки виртуальной реальности и видео охватом 360 градусов.

- Инновационные технологии повысят спрос на услуги праздничных агентств. Люди считают, что современные технологии влияют на развитие индустрии праздников в целом.

Один из самых популярных инструментов — сенсорный стол, на который прямо в ходе мероприятия отправляются фотографии. Участник имеет возможность просмотреть любую картинку, отправить ее по электронной почте или выложить в социальные сети.

Другая, не менее полезная технология — интерактивный 3D маппинг, позволяет нарисовать на сенсорном столе арт объект и транслировать его на всеобщее обозрение посредством огромного объемного экрана. Весьма просто, но очень удобно и эффективно. 3D сканеры и принтеры прочно вошли в повседневную жизнь. Для проведения мероприятий технология открывает самое широкое поле деятельности.

Также существует камера, способная снимать видео с охватом 360 градусов, она оснащена тремя линзами и микрофоном. Камера может быть прикреплена к лампочке на потолке и транслировать изображение высокого разрешения. Кроме того, устройство водонепроницаемо и оснащено модулем Wi-Fi. Если заказчик решил пойти по пути использования в своих мероприятиях новейших технологий он должен обращаться к профессионалам — event-агентствам, имеющим большой опыт в этой сфере деятельности.

Многие компании в период пандемии перешли на виртуальные мероприятия. Агентства отмечают экономическую эффективность и удобство таких мероприятий. Виртуальные технологии захватывают все сферы жизнедеятельности, и многие отрасли стали проводить свои мероприятия онлайн.

Ожидается, что растущая популярность виртуальных мероприятий принесёт огромную пользу индустрии мероприятий. Эволюцию виртуального проникновения можно разделить на 3 этапа: 1) кризисное управление; 2) интеграция цифровых технологий; 3) эффективные онлайн-инструменты.

Эти отличный способ объединить аудиторию по всему миру с помощью инструментов чата, живых веб-семинаров и различных увлекательных мероприятий.

Заключение. Несмотря на постоянно подогреваемый очередными новинками ажиотаж вокруг инновационных технологий, в повседневную деловую жизнь они все еще проникают сравнительно медленно. Ивенторы с трудом соглашаются применять что-то новое, еще не опробованное, к тому же инновационное оборудование весьма дорогостоящее. Проведенное исследование подтвердило гипотезу о необходимости внедрения инновационных технологий в event-индустрию,

а именно сенсорные столы, 3D-маппинг, видео с охватом 360 градусов. Эти технологии позволят расширить спектр услуг event-агентств, улучшить качество данных услуг. Инновационные технологии еще недостаточно внедрены, используется малая доля возможностей современной техники, поэтому развитие event-индустрии будет зависеть от развития инновационных технологий в целом. В настоящее время успешными являются те компании, которые готовы быстро меняться, принимать инновации и технологии и трансформироваться, когда того требует ситуация. Агентства всегда должны учитывать тренды, поэтому необходимо анализировать рынок индустрии, быть сервисным, превосходить ожидания, каждый раз удивлять своей профессиональностью, дарить незабываемые эмоции. И самое главное помнить в event-индустрии не существует предела развитию и творчеству.

В статье отмечены тенденции развития ивента в России: создание собственного приложения; тенденция wow-эффекта. Были выделены факторы, которые тормозят полноценный процесс развития индустрии в России, одна из которых слабая оснащенность инновационными средствами и технологиями.

Event-индустрия с каждым днем выходит на новый уровень, чтобы порадовать своих заказчиков.

Бабкина Екатерина Дмитриевна,

бакалавр кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета;
Lizochka.Babkina@yandex.ru

Сафарян Азат Арменович,

доцент кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета;
azatsafaryan@mail.ru

Библиографический список

1. Назимко А.Е. «Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей». — М.: Вершина, 2006, с. 222.
2. Радченко И.А. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшнз / Научн. ред. Е.Е. Топильская. — Воронеж: ВФ МГЭИ, 2007, с. 67.
3. Шумович А.В. Великолепные мероприятия: технологии и практика event-management / А. В. Шумович. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. 327 с.
4. Event-индустрия: праздники для детей или очередной вид маркетинга | Женская школа копирайтинга Марии Налобиной. URL: <https://staff-online.ru/event-industriya-klassifikaciya-resursi-osobennosti-v-rossii/> (дата обращения: 10.04.2022).

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Э. Б. Грушенко

Институт экономических проблем им. Г. П. Лузина ФИЦ КНЦ РАН

УДК 338.48

ЕВРОПЕЙСКИЙ СЕВЕР РОССИИ. ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, ВИДЫ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ

Европейский Север России занимает в стране одно из самых выгодных положений с точки зрения развития туризма, обладая уникальным сочетанием природно-рекреационных условий и крупнейших объектов культурного наследия. В состав регионов Европейского Севера входят: Республика Карелия, Республика Коми, Архангельская область с Ненецким автономным округом, Вологодская и Мурманская области. В советский период Европейский Север имел название Северный экономический район, в настоящее время регион входит в состав Северо-Западного федерального округа. Европейский Север открывает широкие перспективы для развития водного, круизного, культурно-познавательного, экологического, делового, событийного, сельского, паломнического, спортивного и других видов туризма. Эта территория — своеобразный памятник мировой культуры, здесь представлена самобытность различных народов и этнографических групп. Другое название Европейского Севера — Русский Север, скорее историко-культурное понятие, чем географическое или административное название. В последние годы на Русский Север устремляются туристские потоки из России и зарубежья. Этому способствует неповторимое богатство туристских ресурсов, сохранившиеся традиционные виды природопользования, народных промыслов и ремесел, особое географическое положение как приарктического и приморского региона. Россия обладает большими инфраструктурными и природными возможностями для туристического освоения Европейского Севера страны с учетом важности сохранения уникальной экосистемы региона и уклада жизни коренных малочисленных народов Севера. Туризм вносит вклад в развитие территорий и местных сообществ: стимулирует предпринимательскую деятельность и создание новых рабочих мест, появление объектов социальной инфраструктуры, популяризирует культурное и природное наследие.

Ключевые слова: *Европейский Север, Русский Север, виды туризма, туристские маршруты, туризм.*

Grushenko E. B.

Institute of Economic Problems. G. P. Luzina FRC KSC RAS

EUROPEAN NORTH OF RUSSIA (RUSSIAN NORTH). TOURIST POTENTIAL, MAIN PROBLEMS, TYPES OF TOURISM AND TOURIST ROUTES

The European North of Russia occupies one of the most favorable positions in Russia in terms of tourism development, having a unique combination of natural and recreational conditions and the largest cultural heritage sites. The regions of the European North include: the Republic of Karelia, the Republic of Komi, the Arkhangelsk Region with the Nenets Autonomous Okrug, the Vologda and Murmansk Regions. During the Soviet period, the European North was called the Northern Economic Region. At present, the European North is part of the Northwestern Federal District. The European North opens up broad prospects for the development of water, cruise, cultural, educational, ecological, business, event, rural, pilgrimage, sports and other types of tourism. This is a monument of world culture, the identity of various peoples and ethnographic groups is represented here. Another name for the European North is the Russian North, rather a historical and cultural concept than a geographical or administrative one. In recent years, tourist flows from Russia and abroad have rushed to the Russian North. This is facilitated by the unique wealth of tourist resources, preserved traditional types of nature management, folk crafts and crafts, and a special geographical position as a subarctic and coastal region. Russia has great infrastructural and natural opportunities for the tourist development of the European North of the country, taking into account the importance of preserving the unique ecosystem of the region and the way of life of the indigenous peoples of the North. Tourism contributes to the development of territories and local communities: it stimulates entrepreneurial activity and the creation of new jobs, the emergence of social infrastructure facilities, and popularizes cultural and natural heritage.

Keywords: *European North, Russian North, types of tourism, tourist routes, tourism.*

С точки зрения развития туризма в Российской Федерации одно из самых выгодных положений занимает Европейский Север России, обладающий уникальным сочетанием природно-рекреационных условий и крупнейших объектов культурного наследия. В Европейский Север входят: Республика Карелия и Коми, Архангельская область вместе с Ненецким автономным округом, Вологодская область, Мурманская область. На территории региона расположено 22 исторических города, 10 национальных природных парков, 7 курортов, 6 архитектурно-исторических музеев-заповедников мирового уровня, самый крупный (Кирилло-Белозерский) и самый древний (Валаамский) монастыри России, около 19 тысяч объектов культурного наследия [3, с. 23–28]. В список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО занесено четыре объекта Европейского Севера — Ферапонтово, Соловецкий архипелаг, музей-заповедник Киж и «Девственные леса Республики Коми» (Печоро-Ильчский заповедник и национальный парк «Югыд-Ва»). Валаамский архипелаг, Карельские петроглифы (Онежские и Беломорские петроглифы), Кенозерский национальный парк занесены в Предварительный список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Русский Север — это север России, европейская ее часть. Это понятие довольно размытое и не имеет точного определения. Принадлежность того или иного региона к Русскому Северу не является общепринятой. Это район больше историко-культурный, чем административный или географический. Республику Коми российские географы предпочитают относить больше к Уральскому региону, нежели к Русскому Северу, а Мурманскую область — к зоне Евро-Арктического региона. Большинство специалистов под понятием Русский Север подразумевают в первую очередь территорию Вологодской и Архангельской областей.

На формирование Европейского Севера как целостного района, прежде всего, оказало влияние его географическое положение. Оно характеризуется несколькими важнейшими чертами, влияющими и на его природу, и на особенности заселения, и на развитие хозяйства:

Северное положение. Хотя район расположен в европейской части страны, большая часть его территории, за исключением Вологодской области, относится к зоне Крайнего Севера.

Приморское положение. В отличие от многих районов России Европейский Север широким фронтом выходит к огромной

акватории Баренцева и Белого морей. Это в значительной мере определяет выгоды экономико-географического положения района. Крупные порты — Мурманск и Архангельск, возникшие на побережьях северных морей, играют важную роль в транспортной системе России и ее внешней торговле. Выход к морям влияет и на геополитическое положение района [3, с. 23–28].

Самыми доступными в транспортном плане регионами Европейского Севера являются Республика Карелия и Вологодская область (ночь езды на поезде от Москвы и Санкт-Петербурга). До Архангельской и Мурманской области добраться можно на поезде от одних до полутора суток или 1,5–2 часа на самолете от двух столиц. Самым труднодоступным регионом является Ненецкий автономный округ (самый нетуристический регион России), до которого можно добраться только на самолете.

Самым дорогим регионом в плане предоставления туристских услуг является Мурманская область. Например, стоимость однодневной экскурсии на микроавтобусе из Мурманска по области может достигать до 3–5 тыс. рублей с человека, что в среднем в 2–3 раза дороже, чем стоимость аналогичной экскурсии из Петрозаводска или Архангельска.

Русский Север — чудом уцелевший островок исторической России, ведь Север избежал Татаро-монгольского нашествия. Русский Север на протяжении многих веков сохранял древние обычаи, традиционную систему сельского селения и формы природопользования, облик старинных древнерусских сел и городов, исторические народные промыслы [8, с. 3–4]. Большинство сохранившихся памятников каменного и деревянного зодчества относятся к XVII–XIX вв.

Приветливое, радушное и гостеприимное местное население, душевный покой, отсутствие столпотворения и постоянной столичной спешки, делают Европейский Север ещё более привлекательным для туризма. Уникальное природное наследие представлено разнообразием природных ландшафтов от горных массивов до бесконечной тундры, девственными лесами, изумрудными озерами, водопадами, богатыми рыбой ценных пород реками. На Русском Севере расположены крупнейшие озера Европы — Ладожское и Онежское, ставшие центрами особо популярного водного круизного туризма.

Европейский Север занимает исключительно важное место в историческом и культурном развитии России ввиду ярко выраженного проявления здесь исконно русских

традиций, обычаев, наличия деревянной культовой архитектуры, традиционной живой культуры поморов, а также специфичности современного уклада жизни местного населения. Гармоничное сочетание естественного и антропогенного начал привело к формированию уникального типа особо охраняемых территорий — культурных ландшафтов.

Ввиду того, что национальные парки занимают исключительное место в системе особо охраняемых природных территорий (ООПТ) благодаря природной и историко-культурной ценности, они стали одной из основных организационных форм охраны культурных ландшафтов — природно-культурных территориальных комплексов, сформировавшихся в результате эволюционного воздействия человека и природы, его социокультурной и хозяйственной деятельности и состоящих из характерных устойчивых сочетаний природных и культурных компонентов, находящихся в тесной взаимосвязи и взаимообусловленности [1, с. 13–16]. Национальные парки Русского Севера стали одной из основных организационных форм охраны культурных ландшафтов, обладая при этом колоссальным историко-культурным и экотуристским потенциалом. В последние годы наблюдается тенденция перехода туристской деятельности в культурное пространство национальных парков (Кенозерский, «Русский Север»), на пространство культурных ландшафтов [5, с. 164–166].

Развитие туризма в северных регионах тормозят: фактор сезонности, большие пространства, которые не позволяют составлять динамичные и насыщенные турпродукты, суровый климат, однообразие турпродуктов, отсутствие долгосрочного планирования в туризме и планомерной работы по созданию привлекательного имиджа Русского Севера. Ключевыми проблемами северного туризма являются также отсутствие качественных средств размещения, невысокий уровень сервиса, плохое состояние дорожно-транспортной инфраструктуры, недостаток финансовых средств для создания новых объектов показа и реставрации памятников архитектуры.

Чтобы в полной мере реализовать все планы по развитию туризма на Севере, необходима масштабная модернизация и строительство туристской и дорожно-транспортной инфраструктуры. Недостаток объектов инфраструктуры и значительный их износ — главное препятствие на пути развития туризма.

В регионах Европейского Севера формируется сеть туристско-рекреационных кластеров (ТРК) с целью расширения и повышения

конкурентных преимуществ региональных турпродуктов. Инновационные инвестиционные проекты в сфере туризма должны привлечь в регион туристов, что привлечет дополнительные инвестиции (в виде частно-государственного партнерства) в модернизацию инфраструктуры и дальнейшее устойчивое развитие уникальных территорий.

На современном этапе туризм активно развивается во всех регионах Европейского Севера, в которых наблюдается ежегодный рост турпотока. Основной туристский сезон — лето. Лишь два региона Русского Севера — Мурманская и Вологодская области — привлекают туристов также в зимний период и ранней весной. Высоким сезоном считаются новогодние каникулы и Китайский Новый год, когда Великий Устюг, Кировск, Вологда, Териберка, Мурманск, саамская деревня «Саам Сыйт» принимают немало туристов. На Кольский Север в этот период приезжали до пандемии, в основном группы из Китая.

Формируемая на Русском Севере самая крупная в Европе сеть природных резерватов и архитектурно-этнографических музеев под открытым небом может рассматриваться как основной фактор для устойчивого развития туризма.

Виды туризма и туристские маршруты. Наиболее популярными туристскими маршрутами Русского Севера являются водные озерно-речные круизы по: Волго-Балту (Череповец, Горицы-Кириллов, Вытегра), Ладожскому (Валаам) и Онежскому (Петрозаводск, Кижы) озерам. В Архангельской области по Северной Двине из Архангельска в Брин Наволок и в Северодвинск еще в 2019 г. выполнялись речные круизы на старейшем колесном пароходе России «Николай Гоголь», построенном в 1911 г. В круизном туризме требуют решения проблемы судовладельцев с речным регистром и отсутствие в регионах Русского Севера судов класса река-море [7, с. 13–17]. Вследствие загрязнения и обмеления крупных судоходных рек (Сухона, Северная Двина, Вычегда, Мезень), практически полностью прекращено круизное и пассажирское сообщение (кроме паромного).

Помимо водных круизов на Русском Севере активно развиваются следующие виды туризма: культурно-познавательный, горнолыжный, экологический, этнографический, сельский, событийный, деловой, рекреационная рыбалка, спортивный, религиозно-паломнический.

Наиболее перспективными межрегиональными туристскими маршрутами региона являются: мега проект «Серебряное ожерелье России» (объединяет все регионы СЗФО),

«Ганзейские дороги России», «Дорогой Ломоносова», «Узоры городов российских». Инновационными видами туризма Европейского Севера являются морские арктические круизы, «охота за северным сиянием», наблюдение за морскими животными, по местам съемок кинофильмов, гастрономический, промышленный, приграничный, геолого-минералогический, социально-ответственный. Перспективен также outdoor туризм — отдых и досуг на свежем воздухе, развлечения и спорт одновременно.

Межрегиональные направления в рамках историко-культурного и туристского проекта «Серебряное ожерелье России» [6]:

1. «Серебряное ожерелье России».

Калининград – Псков – Великий Новгород – Вологда – Сыктывкар – Нарьян-Мар – Архангельск – Мурманск – Петрозаводск – Ленинградская область (Лодейное Поле, Новая Ладога, Старая Ладога, Шлиссельбург) – Санкт-Петербург.

2. «Великий путь по Русскому Северу».

Вологда – Великий Устюг – Сыктывкар – Инта – Воркута – Пым-Ва-Шор – Архангельск – Мурманск – Заонежье – Пудож – Медвежьегорск – Шуньга – Толвуй (родины Зосимы Соловецкого), Великая Губа – о.Кижы – Повенец – Челмужи (Богоявленская церковь, место ссылки монахини Марфы (княгини Романовой – матерью будущего царя Михаила) – Пяльма – Вытегра – Вологда.

3. «Петровские города».

Санкт – Петербург – Шлиссельбург – Новая Ладога – Лодейное Поле – Санкт – Петербург – Петрозаводск – Архангельск – Вологда – Тотьма.

4. «Путешествие в Древнюю Русь»

Великий Новгород – Изборск – Старая Ладога – Санкт – Петербург – Олонец – Белозерск – Кириллов – Великий Устюг – Сыктывкар – Пустозерск.

5. «По следам «варягов».

Республика Карелия – Приозерск – Выборг – Санкт-Петербург – Старая Ладога – Великий Новгород – Тихвин – Кириллов – Белозерск.

6. «Форпосты России».

Калининград – Санкт – Петербург – Выборг – Приозерск – Шлиссельбург – Старая Ладога – Санкт – Петербург – Олонец – Погранкондуши – Колатсельга – Кинерма – Кемь – Мурманск – Архангельск – Вологда – Псков – Великий Новгород – Мурманск – Архангельск – Пустозерск.

Изборск – Псков – Ивангород – Копорье – Санкт – Петербург – Выборг – Приозерск – Республика Карелия (вдоль границы РФ).

7. «По святым местам».

Санкт-Петербург – Псков – Великий Новгород – Тихвин – Вологда – Республика Карелия (Муромский монастырь, Илиинская Волозерская пустынь) – Архангельская область (Соловецкие острова).

Санкт-Петербург – Новая Ладога – Старая Ладога – Тихвин – Белозерск – Кириллов – Вологда – Тотьма – Великий Устюг.

8. «Живая вода Северо-Запада России».

Москва – Череповец – Горицы – Вытегра – Мандроги – Лодейное Поле – Старая Ладога – Псков – Великий Новгород – Москва (в случае невозможности прохода судна по реке Волхов возможна организация автобусной экскурсии в Великий Новгород из Старой Ладоги).

Санкт – Петербург – Лодейное Поле – Мандроги – Петрозаводск – Кижы – Кемь – Соловецкий острова.

Архангельск – Онега – Сумпосад – Вирма – Беломорск – Кемь – Гридино – Умба – Варзуга (поморские поселения Белого моря).

Яренск – Сыктывкар – Воркута – Пым-Ва-Шор (горячие радоновые источники).

9. «Северные порты России».

Санкт-Петербург – Беломорск – Кемь – Кандалакша – Мурманск – Архангельск – Нарьян-Мар (Печорский порт) – Амдерма.

10. «Деревянное зодчество».

Республика Карелия (Кижы) – Ленинградская область (Подпорожский район) – Вологодская область (Вытегра, Вологда) – Великий Новгород (МДЗ «Витославицы»).

Архангельская область (музей деревянного зодчества «Малые Корелы») – Мурманская область (Варзуга, Терский района).

11. «Древо жизни» (древние вепсские поселения).

Республика Карелия (Прионежский район, Шелтозеро) – Ленинградская область (Подпорожский район, Винницы, Вознесенье) – Вологодская область (Бабаевский район).

12. «Коренные народы «Серебряного ожерелья России».

Псковская область (д. Сигово) – Республика Карелия (Прионежский район, Шелтозеро; Пряжинский район; Лахденпохский район) – Ленинградская область (Кингисепский район, д. Вистино (народы ижора и воть), Подпорожский район, Винницы, Вознесенье) – Мурманская область (поморы, терский район; саами, Ловозерский район) Ненецкий автономный округ (с. Красное, СПК «Харп»).

13. «Города-призраки Севера».

Корзуново (Мурманская область) – Чаронда (Вологодская область) – Хальмер-Ю (Республика Коми) – Амдерма (Ненецкий автономный округ).

Для краткой характеристики региона в европейском масштабе может быть использован лозунг «Русский Север — это дикая природа и водные просторы Европы». Именно в этом заключен основной фактор для развития экологического туризма — сектора наиболее быстрого роста туризма.

Экологический туризм в основном развивается в национальных парках «Югыд-Ва» (Республика Коми), «Паанаярви», «Калевальский», «Водлозерский» (Республика Карелия), «Кенозерский», «Русская Арктика», «Онежское Поморье» и Водлозерский (Архангельская область), «Русский Север» (Вологодская область). Водлозерский национальный парк расположен на территории сразу двух регионов Европейского Севера. Любые формы регулируемого туризма (и особенно экологический и эколого-культурный туризм) являются предпочтительными видами деятельности для большинства национальных парков.

Массовые потоки **самостоятельных туристов** представлены, в основном, сплавами по рекам и водоемам Карелии и Мурманской области, пешеходными и лыжными походами по Хибинам.

Этнографический туризм. Европейский Север — настоящий заповедник традиционной народной культуры мирового значения — здесь представлены культуры различных народов и этнографических групп: саамов, поморов, ненцев, коми, карелов, вепсов, финнов, русских, что предопределяет широкие возможности для развития этнографического туризма.

С точки зрения сохранения коренных народов и живой традиционной культуры Русского Севера намного эффективнее развивать малозатратный культурный и природный туризм малых форм, что открывает возможности для поиска средств к существованию по всему региону и не требует больших инвестиций. Начальным импульсом к реализации новой идеи могло бы стать создание инновационных ядер на основе этнокультурных центров и этноприродных парков в разных уголках Европейского Севера. Интеграция культурного наследия в локальные зоны этнокультурного центра позволяет наилучшим образом сочетать идею сохранения с идеей возрождения уникальной территории [4, с. 59–86].

Музейный этнопарк под открытым небом — объект культурного туризма, интерпретирующий диалоги разных культур через аутентично созданные этнодворы, в которых могут проживать туристы и осваивать технологию изготовления продукции народных художественных промыслов у местных мастеров.

В настоящее время на Европейском Севере действует 4 архитектурно-этнографических музея-заповедника под открытым небом: крупнейший в России — «Малые Корелы» в Архангельской области, Кижский в Карелии, Семеновский в Вологодской области, финно-угорский этнопарк в Республике Коми (село Ыб).

На Кольском полуострове основными центрами этнографического туризма становятся село Ловозеро (место компактного проживания саамов и коми-ижемцев), саамская деревня «Саам Сыйт», пос. Умба, музейная поморская тonya Тетрино, село Лопарское.

Привлекает туристов также сохранившаяся культура старообрядцев в исторических поселениях Кимжа (Архангельская область) и Усть-Цильма (родовые дома и место проведения фольклорного фестиваля «Усть-Цилемская Горка») в Республике Коми. Представляет интерес также Олонец (самый карельский по национальному составу город Карелии), пос. Калевала (родина эпоса «Калевала») и национальное село Ижма (место компактного проживания коми-ижемцев в Республике Коми).

В деревнях Карелии, Вологодской и Архангельской областей активно развивается **сельский туризм**. Перспективен на Европейском Севере и **промышленный туризм** (Череповец, Кировск).

Паломнические православные туры ориентированы в основном на Валаам, Соловецкий архипелаг, Кирилловский район, Вологду, Антониево-Сийский монастырь, православные монастыри Республики Коми. Курортно-оздоровительный туризм получил распространение в Карелии (Марциальные Воды), Республике Коми (курорт Серегово), Архангельской области (курорты Беломорье, Красноборск, Сольвычегодск), Вологодской области (Леденгский курорт, Тотма).

Морской арктический туризм активно развивается в Мурманской и Архангельской областях. **Рекреационная рыбалка** получила распространение в основном на семужных реках Кольского полуострова. **Горнолыжный туризм** популярен в Мурманской области (Кировск, Мончегорск, Мурманск, Полярные Зори). **Деловой бизнес-туризм** получил развитие в крупных городах с развитой гостиничной инфраструктурой (Мурманск, Петрозаводск, Архангельск, Вологда, Череповец, Сыктывкар).

Большую популярность среди туристов набирает **гастрономический туризм**. Все регионы Европейского Севера включены в федеральный проект «Гастрономическая карта России» с целью популяризации

местных кулинарных брендов и традиций. Туристы могут попробовать такие блюда традиционной северной кухни, как поморские шаньги, карельские калитки, рыбники, уху из семги, пироги с ягодами, оленину, треску. Например, в Мурманской области сформирован зонтичный бренд «Сделано в Арктике» для поддержки производителей арктической кухни. Кольский Север сможет составить конкуренцию по блюдам из оленины другим северным регионам, а по морепродуктам — Дальнему Востоку [2].

Грушенко Эдуард Борисович,

научный сотрудник Института экономических проблем
им. Г. П. Лузина ФИЦ КНЦ РАН;
grushenko.eduard@mail.ru

Библиографический список:

1. Веденин Ю.А., Кулешова М.Е. Культурные ландшафты как категория наследия // Культурный ландшафт как объект наследия М.: Ин-т Наследия. СПб., 2004. С. 13–16.
2. Гастрономическая карта России. // URL: <https://azgaz.ru/gaz-world/news/russian-gastronomic-map/> (дата обращения 10.08.2022).
3. Грушенко Э.Б., Васильев А.М. Туризм на Европейском Севере России и в Западной Арктике. — Апатиты: Изд-во КНЦ РАН, 2013. 90 с.
4. Карелия: эпическая туристская программа «Калевала»: Сб. докл. и тез. сообщ. Международной науч.-практ. конф., Республика Карелия, г.Петрозаводск, 20-21 ноября 2002 г. — М.: РИБ «Турист», 2002. С. 59-86.
5. Кусков А.С. Культурные ландшафты как ресурс туристского развития Русского Севера / Опыт сохранения историко-культурного наследия и трансграничное сотрудничество в сфере культурного туризма: материалы международной научно-практической конференции, Витебск, 24-25 октября 2012 г. Витебск: УО «ВГУ им. П. И. Машерова», 2012. С. 164-169.
6. Межрегиональные направления в рамках историко-культурного и туристского проекта «Серебряное ожерелье России». // URL: http://tourism.pskov.ru/tourist_routes/sor (дата обращения 10.06.2022).
7. Мышлянцева С.Э. Речной круизный флот как фактор развития круизного туризма в России // География и туризм. Вып. 1 (5), 2020. С. 13-17.
8. Хотенов А.В. 500 мест Русского Севера, которые нужно увидеть / Автор-составитель. — М.: Мартин, 2013. С. 3–4.

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОТЕЛЬНИЧСКОМ РАЙОНЕ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Котельничский район Кировской области обладает высоким природным потенциалом и является одним из самых оптимальных вариантов для организации отдыха. Это обусловлено тем, что на территории расположено семь особо охраняемых природных территорий, включающих единственный в Кировской области государственный природный заповедник «Нургуш». Помимо этого, в районе работает множество организаций, представляющих экскурсионную ценность. К ним можно отнести 4 музея и тематический парк. Целью статьи является выявление особенностей проектирования туристско-рекреационной деятельности и разработка концепции нового туристско-рекреационного маршрута в Котельничском районе. Кроме того, был проведён анализ туристских ресурсов и в целом туристско-рекреационного потенциала Котельничского района, описаны его природно-климатические особенности. С помощью дифференцированного подхода, деления объектов на «VIP», «Стандарт» и «Эконом», была оценена инфраструктура туризма Котельничского района и его транспортная доступность. При этом в рамках выявления основных видов рекреационных занятий был проведён анализ циклов рекреационной деятельности, которые соответствуют туристско-рекреационному потенциалу территории Котельничского района. Данный анализ позволил выявить преобладающие элементарные рекреационные занятия. По итогам исследования был спроектирован маршрут, который представляет собой трёхдневный сплав по реке Вятке протяжённостью 41 километр. Разработанный маршрут представлял собой поэтапный процесс, который включал помимо теоретического анализа источников по туристско-рекреационному потенциалу района, разработку карты маршрута на картографическом агрегате nakarte.me.

Ключевые слова: туристско-рекреационная деятельность, проектирование туристского маршрута, карта маршрута, Котельничский район.

A. A. Veprikova, E. A. Kuklina

Vyatka State University

FEATURES OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITIES IN THE KOTELNICHSKY DISTRICT OF THE KIROV REGION

The Kotelnichsky district of the Kirov region has a high potential and is one of the most famous options for organizing recreation. This is determined that the territory of district located on the territory of seven specially protected natural areas, including the single reserve «Nurgush» in the Kirov region. Beyond that point, many organizations representing the excursion network operate in the area. These include 4 museums and a theme park. The purpose of the article is to identify the features of tourist and recreational activities and to project a new tourist and recreational route in the Kotelnichsky district. In addition, an analysis of tourism resources was made and, in general, the tourist and recreational area of the Kotelnichsky district, its natural and climatic features are described. With the help of differentiated approach, division of objects into «VIP», «Standard» and «Economy», an assessment of the tourism infrastructure of the Kotelnichsky district and its transport accessibility was evaluated. At the same time, within the framework of various types of recreational activities, an analysis of the cycles of recreational activities is described. Recreational activities are considered by the tourist and recreational potential of the territory of the Kotelnichsky district. This analysis revealed the predominant elements of recreational activities. According to the results of the study, a route was projected, which is a three-day rafting along the Vyatka River with a length of 41 kilometers. The developed route is beyond the theoretical analysis of the tourist and recreational potential resources a step-by-step process, which revealed the development of a route map on the mapping unit nakarte.me.

Keywords: tourist and recreational activity, tourist route design, route map, Kotelnichsky district.

Введение. Под туристско-рекреационной деятельностью понимают деятельность рекреантов, направленную на восстановление духовных, физических сил. Исходя из этого туристско-рекреационная деятельность играет большую роль в современном мире, так как она является неотъемлемой частью не только жизни человека, но и всей экономики, а конкретно, сферы услуг.

Котельничский район Кировской области обладает большим количеством ресурсов, располагающих к развитию туристско-рекреационной деятельности. Район характеризуется обширными территориями, богатыми лесами, животным и растительным миром, множеством памятников и музеев, что является привлекательным для туристов всех возрастов. В связи с этим существуют определённые перспективы дальнейшего развития туристско-рекреационной деятельности на территории Котельничского района.

Обзор литературы. Вопросы организации и особенностей туристско-рекреационной деятельности активно исследуется в множестве трудов, данная тематика освещается Е. В. Конышевым, А. А. Веприковой, Е. А. Куклиной, И. Ю. Севрюковым, Е. Н. Таскаевым, И. Ж. Цыреновой. В исследованиях туристско-рекреационная деятельность рассматривается как форма досуга, направленная на восстановление физических и духовных сил. Вдобавок рекреационную деятельность связывают с экологическим туризмом, посещением ООПТ, заповедников и национальных парков [5, 7, 9, 10].

Материалы и методы исследования. Целью исследования является выявление особенностей проектирования туристско-рекреационной деятельности и разработка концепции нового туристско-рекреационного маршрута в Котельничском районе.

Ведущим методом в проектировании является метод туристско-рекреационного проектирования, который позволил воссоздать образ проектируемого маршрута с возможностью его дальнейшей реализации. Кроме того, использовался картографический метод, который позволил наглядно рассмотреть географические особенности проектирования туристского маршрута максимально приближённо к реальным условиям, также были применены статистические методы. Использовался и метод анализа, с помощью которого был выявлен потенциал и возможности территории для организации туристско-рекреационной деятельности, вдобавок метод синтеза позволил объединить результаты исследования и спроектировать новый туристско-рекреационный маршрут.

Результаты исследования. Проектирование маршрута — это процесс создания туристского маршрута на основе туристских ресурсов, инфраструктуры, потенциала и пригодности территории для его реализации.

Следовательно, проектирование маршрута нужно начать с исследования и оценки всех необходимых факторов, в результате которого будут ясны сильные и слабые стороны территории, что позволит спроектировать оптимальный и качественный маршрут для рекреантов и туристов.

Для формирования туристско-рекреационной деятельности нужно учитывать природные рекреационные ресурсы, а именно климатические особенности района.

Согласно информации, среднегодовая температура региона составляет $+1,6^{\circ}\text{C}$, среднегодовое количество осадков — 605 мм, большая часть осадков выпадает летом, среднегодовая влажность воздуха — 74% (что является нормой), количество солнечных дней равно 83 дням [6].

Весна в районе приходит к началу апреля, происходит таяние снега и в середине месяца снежного покрова уже не наблюдается, в мае температура поднимается до $+14$ градусов. Весна в Котельнице достаточно непродолжительная и длится всего два месяца.

Лето длится, как и положено 3 месяца. Оно приходит согласно календарю в первых числах июня. В среднем в июне температура достигает $+15,4^{\circ}$, в июле — $+17,9^{\circ}$ и в августе — $+15,3^{\circ}$.

Этот сезон характеризуется низкой облачностью, летом преобладает континентальный воздух, но тропический воздух все же проникает с юга, что приводит к резкому похолоданию, это явление наиболее характерно для второй половины августа.

Для выявления основных видов деятельности в Котельничском районе необходимо составить циклы рекреационной деятельности (далее ЦРД) и проанализировать какие виды ЦРД является возможным и целесообразным развивать на территории Котельничского района.

С целью определения перспектив разработки нового туристско-рекреационного маршрута необходимо оценить уровень развития индустрии туризма Котельничского района. Для того чтобы выявить особенности развития туристской индустрии проведём анализ всех представленных на территории района средств размещения, предприятий общественного питания, транспорта. Оценивать объекты инфраструктуры будем соответственно каждому уровню обслуживания: «VIP», «Стандарт» и «Эконом».

Таблица 1

Циклы рекреационной деятельности

ЦРД	ТРД	ЭРЗ
Водный	Купания, водные процедуры	Купание в реке, сплавы
Активно-оздоровительный	Туристский поход, прогулка, подвижные игры, общение	Прогулки в лесу, велопогулки, игра на волейбольной площадке
Охотничье-рыболовный	Рыбная ловля, охота, сбор ягод и грибов	Сбор грибов и ягод в лесу
Экологический	Туристский поход, прогулка, сбор ягод, грибов	Сплав, прогулка по окрестностям базы, катание на велосипедах.

Таблица 2

Дифференциация обслуживания индустрии туризма

СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ		
«VIP»	«Стандарт»	«Эконом»
База отдыха «Лесной дворик»	–	–
Дом отдыха «Вишкиль на Вятке»	Дом отдыха Вишкиль на Вятке	–
Отель «В&В»	Отель «В&В»	Отель «В&В»
Гостиница «Уют»	Гостиница «Уют»	Гостиница «Уют»
–	Гостиница «Фиалка»	Гостиница «Фиалка»
–	Отель «Октябрь»	Отель «Октябрь»
ПРЕДПРИЯТИЯ ПИТАНИЯ		
«VIP»	«Стандарт»	«Эконом»
Кафе «Винный стиль»	Кафе «Корабли»	Кафе «Теремок»
Кафе «Старый город»	Кафе «Фуршет»	Кафе «Ивушка»
–	Кафе «Тары-Бары»	Столовая «Перекресток»
–	Пиццерия «Бум»	Столовая
–	–	Кафе «Радуга»
ТРАНСПОРТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ		
«VIP»	«Стандарт»	«Эконом»
Немаршрутное такси («Тары-Бары»; «Вояж»; «Семёрочка»; «Волга»; «Комфорт»)	АО «Киров Пассажиравтотранс» рейсовый автобус № 285	АО «Киров Пассажиравтотранс» рейсовый автобус № 285 (льготный)
Поезда: 1. 089Г Воркута — Нижний Новгород 2. 146У Челябинск — Санкт-Петербург 3. 259Г Ижевск — Нижний Новгород 4. 067Ы Абакан — Москва 5. 209Г Киров — Нижний Новгород	Электрички: 1. 6397 Киров-Пасс. -Шабалино 2. 6361 Киров-Пасс. -Ежича 3. 6351 Киров-Пасс. -Котельнич-1	Электрички: 1. 6395 Киров-Пасс. –Шабалино (льготный) 2. 6367 Киров-Пасс. –Ежича (льготный) 3. 6351 Киров-Пасс. –Котельнич-1 (льготный)
–	–	BlaBlaCar

Таким образом, район располагает большим количеством коллективных средств размещения, предприятий общественного питания и транспортного обеспечения. Несмотря на то, что многих объектов не хватает для того или иного уровня обслуживания, наличие уже имеющихся позволит удовлетворить

рекреационные потребности туристов с разным уровнем дохода.

Отличительной чертой района является то, что на его территории находится уникальное и единственное в России скопление останков парейазавров и других животных Пермского периода. Каждый год учёные находят

Нормативно-правовые акты, используемые при проектировании маршрута

Государственный стандарт	Применение
Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»	Закон устанавливает правила ведения туристской деятельности, а также регулирует структуру туристских предприятий, кроме того, в документе изложены основные принципы и понятия сферы туризма [1].
ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.	Данный стандарт устанавливает порядок и правила проектирования туристских услуг, в том числе входящих в туристский продукт [3].
ГОСТ 32611–2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.	Этот государственный стандарт распространён на обеспечение полной безопасности проектируемой нами деятельности при его использовании и потреблении туристами. В рамках этого ГОСТа безопасность туристов при совершении путешествия направлена на его личную неприкосновенность, сохранность в безопасности туриста и его имущества [2].
ГОСТ Р 57805–2017 Туристские услуги. Водный туризм. Общие требования.	Стандартом регулируются общие правила и требования к реализации водного туризма. Исходя из этого водный туризм предполагает путешествие на плавательных судах группы туристов, в составе которой сопровождающий инструктор. Согласно данному ГОСТу, сплав по рекам (воде)/объектам водного туризма представляет собой вид водного туризма, предполагающий движение на резиновых надувных или комбинированных плавательных средствах (лодках, байдарках, плотках и катамаранах и др.) по рекам, озерам и другим водным объектам [4].

новые виды ископаемых животных Пермского периода на Котельничском местонахождении древних рептилий.

Также в Котельнице имеется несколько музеев, каждый из них наполнен особой историей, множество экспонатов музеев дают экскурсантам наглядно понять, как выглядел динозавр, или натолкнёт на воспоминания времён СССР. В Палеонтологическом музее представлено множество экспонатов динозавров и парейазавров, цена за билет в музей составит 170 рублей, льготный билет — 120 рублей. Котельничский краеведческий музей имеет шесть залов истории, от древних времен до советского союза, стоимость билета от 40 до 60 рублей. Музей истории крестьянства и музей фотографии наполнены историей давних времен, они заинтересуют туристов всех возрастов и подарят яркие впечатления. В Котельнице также находится Динопарк, это огромная территория с множеством экспонатов древних животных. Парк наполнен историей Пермского и Юрского периодов. Это место очень популярно у туристов, посмотреть на экспонаты динозавров съезжаются туристы из многих районов Кировской области и даже других регионов России.

Ввиду того, что Котельничский район имеет богатый потенциал для развития туризма, большое количество достопримечательностей и музеев, можно отметить экскурсии, которые проходят в самом городе и его окрестностях.

Однодневный тур «Котельнич» от туроператора ООО «Мир открытий» представляет собой посещение палеонтологического музея, Динопарка. Стоимость данной экскурсии варьируется от 2190 до 2290 рублей.

Следующим этапом при проектировании маршрута было изучение нормативных документов, регулирующих сферу туризма. При проектировании какого-либо объекта, процесса, системы важно основываться не только на анализ, постановку цели и задач, подбора методологии и инструментов реализации, но и на нормативно-правовую базу. Нормативно-правовая база в туристской сфере, как и в других, обусловлена федеральными законами, государственными стандартами, постановлениями, актами и приказами. Все ранее причисленные документы являются неотъемлемой частью при проектировании туристских услуг. Исходя из этого, при проектировании туристского маршрута необходимо ориентироваться на следующие нормативные требования.

Основным документом при проектировании маршрута является ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Кроме того, необходимо учесть и другие, ранее упомянутые акты, так как в них изложены дополнительные правила организации туристской деятельности.

Проведя полный анализ инфраструктуры туризма, природно-климатических факторов,



Рис. Карта водного маршрута по р. Вятке

Таблица 4

Программа маршрута

День	Время	Элемент программы
1 День	8:00-9:00	Завтрак. Выход на маршрут.
	9:00-12:00	Сплав.
	12:00-13:30	Приготовление обеда. Отдых.
	13:30-18:00	Сплав.
	18:00-20:00	Приготовление ужина. Рыбалка на Пищальском острове. Сон.
2 День	7:00-9:00	Подъем. Приготовление завтрака. Выход на маршрут.
	9:00-12:30	Сплав.
	12:30-14:00	Приготовление обеда. Отдых.
	14:00-18:00	Сплав.
	18:00-20:00	Приготовление ужина. Песни у костра. Сон.
3 День	7:00-9:00	Подъем. Приготовление завтрака. Выход на маршрут
	9:00-12:30	Сплав
	12:30-14:00	Приготовление обеда. Отдых.
	17:00-17:15	Перекус на рафте.
	14:00-18:20	Сплав.
	18:30	Выход с маршрута.

потенциала территории и нормативно-правовых документов, а также используя дифференцированный подход в исследовании, был спроектирован водный маршрут по реке Вятке, территориально маршрут проложен в селе Вишкиль Котельничского района. Вид спортивного туризма — водный. Общая протяженность маршрута составляет 41 километр, по длительности сплав рассчитан на 3 дня и две ночи, кроме того, на маршруте предусмотрены остановки для питания и ночлега.

При проектировании любого путешествия необходимо принимать во внимание

сезонность. Учитывая количество ночёвок и необходимость в лёгкости прохождения водных участков, для реализации тура можно выделить период с середины мая по конец августа, так как именно в эту фазу преобладает благоприятная погода, для совершения путешествия.

С помощью применения картографического метода и сервиса *nakarte.me* была построена трасса маршрута. На карте проложена нитка маршрута, начало сплава начинается в селе Вишкиль, выход с маршрута обозначен на границе Котельничского и Арбажского районов.

В дополнение на карте отмечены прогнозируемые остановки для организации питания и ночёвок [8].

Выводы. Рекреация одна из важнейших потребностей человека. Необходимость в отдыхе есть всегда, поэтому очень важно наличие мест, где человек сможет расслабиться, восстановить свои силы и получить новый запас энергии.

В условиях пандемии всё более приоритетным становится внутренний туризм. Важно развивать все виды внутреннего туризма. Отдельно стоит выделить рекреационный туризм, так концепция проектируемой в данной работе туристской деятельности специализируется на данном виде туризма.

По итогам проведённого анализа была изучена и оценена инфраструктура туризма в Котельничском районе, так же был выявлен туристский потенциал территории. Нужно отметить, что вся спроектированная деятельность была разработана на основе нормативно-правовых актов в сфере туризма, также была проведена оценка циклов рекреационной деятельности, благодаря чему были выявлены основные рекреационные занятия.

Таким образом, при исследовании были выявлены особенности проектирования туристско-рекреационной деятельности в Котельничском районе, что позволило спроектировать новый туристско-рекреационный маршрут по реке Вятке.

Веприкова Алевтина Александровна,

инженер-исследователь кафедры туризма и управления персоналом Вятского государственного университета;
timiredisfailinthesky@gmail.com

Куклина Елизавета Александровна,

студентка 3 курса направления «Туризм» Вятского государственного университета,
kuklina.yelizaveta@inbox.ru

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 01.04.2020) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // URL: <http://docs.cntd.ru/document/9032907/> (дата обращения 30.03.2022).
2. ГОСТ Р 32611–2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Общие положения: утверждён и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 26 марта 2014 г. № 228-ст. // URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200110997> (дата обращения 30.03.2022).
3. ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Общие положения: утверждён и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. № 580-ст. // URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>. (дата обращения 30.03.2022).
4. ГОСТ Р 57805-2017 Туристские услуги. Водный туризм. Общие требования: утверждён и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 20 октября 2017 г. № 1466-ст // URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200157119> (дата обращения 30.03.2022).
5. Веприкова А. А. Особенности пространственной организации туризма Зуевского района Кировской области / А. А. Веприкова, Е. А. Куклина // География и туризм. 2021. № 2. С. 52–59. EDN IHJRWWS.
6. География Котельничского района: пособие для учащихся общеобразовательных школ / составители Гуляшкин А.В., Плехов С.В. п. Комсомольский, 2015. 120 с.
7. Севрюков И.Ю., Таскаев Е.Н. Туристско-рекреационная деятельность: терминологический аспект // Символ науки. 2015. №10-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-rekreatsionnaya-deyatelnost-terminologicheskij-aspekt> (дата обращения: 10.05.2022).
8. Сервис «nakarte.me» области: офиц. сайт. Режим доступа: World Wide Web. // URL: <https://nakarte.me/> (дата обращения 30.03.2022).
9. Туристские маршруты как компонент туристско-рекреационного пространства Кировской области / Е. В. Коньшев, Ю. А. Колесова, А. И. Кузнецова [и др.] // Успехи современного естествознания. 2021. № 7. С. 39–46. DOI 10.17513/use.37660.
10. Цыренова И. Ж. Особенности туристско-рекреационной деятельности в национальных парках России // Вестник Бурятского государственного университета. Биология. География. 2010. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-turistsko-rekreatsionnoy-deyatelnosti-v-natsionalnyh-parkah-rossii> (дата обращения: 10.05.2022).

ПАРКИ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЕСУРС ГОРОДА САРАТОВА

Парки играют важную роль в эстетическом, культурном, просветительском плане, оказывают позитивное воздействие на художественный образ города, комфортную среду проживания, их выразительность привлекает в последнее время туристов. Эстетика парковой среды направлена на формирование пространства средствами гармонизации, на создание ярких впечатлений. Отдых в парках включает не только развлекательный, но и познавательный характер, их популярность возрастает и в связи с возрастающим интересом туристов. Существенной проблемой остается ухудшение их ландшафтного, экологического состояния, что требует углубления методологических подходов к исследованию. В связи с данной проблемой актуальное значение имеет изучение функций, эстетической привлекательности, особенности планировки, ландшафтного дизайна с целью туристической востребованности. В данном тексте особое внимание уделяется анализу центральных парков города Саратова для дальнейшего развития туристического пространства. Методом визуализации были исследованы четыре городских парка, расположенных в разных районах и пешей доступности туристов. Характеристика паркового пространства показала уникальность каждого изучаемого объекта как новые точки роста. На основании собранного материала проведено их ранжирование и сделаны рекомендации, которые помогут улучшению привлекательности и посещаемости парков, а также узнаваемости города в туристических целях.

Ключевые слова: парк, ландшафтный дизайн, интегральная оценка, парки Саратова.

L. V. Makartseva

Saratov State University

PARKS AS A TOURIST RESOURCE OF THE CITY OF SARATOV

Parks play an important role in aesthetic, cultural, educational terms, have a positive impact on the artistic image of the city, a comfortable living environment, their expressiveness has recently attracted tourists. The aesthetics of the park environment is aimed at shaping the space by means of harmonization, at creating vivid impressions. Recreation in the parks includes not only entertaining, but also educational in nature, their popularity is growing due to the growing interest of tourists. The deterioration of their landscape and ecological state remains a significant problem, which requires deepening methodological approaches to research. In connection with this problem, the study of functions, aesthetic appeal, planning features, landscape design for the purpose of tourist demand is of current importance. In this text, special attention is paid to the analysis of the central parks of the city of Saratov for the further development of the tourist space. The visualization method was used to study four city parks located in different areas and within walking distance of tourists. The characteristics of the park space showed the uniqueness of each object under study as new points of growth. Based on the collected material, they were ranked and recommendations were made that will help improve the attractiveness and attendance of parks, as well as the recognition of the city for tourism purposes.

Keywords: park, landscape design, integral assessment, Saratov parks.

Введение. Индустрия досуга в современный период развивается в ситуации роста потребностей горожан в новых формах отдыха. К таким новым формам города следует отнести культурно-исторический ресурс, представленный парками т.е. зеленого пространства города, территорией для отдыха,

развития художественно-эстетического восприятия ландшафта, формирования духовно-нравственного вкуса. Государственная программа Саратовской области «Формирование комфортной городской среды на 2018–2022 год» предусматривает главную цель — создание условий для комфортного проживания населения в условиях доступной городской среды. В официальном документе

разработана подпрограмма 2 «Развитие современной городской среды» с учетом изменений от 09.06.21 постановлением Правительства Саратовской области, где намечена разработка дизайн-проектов обустройства городских парков — мест массового отдыха населения. В программе предусмотрено финансирование на 2022 год (и в последующие годы 2023 и 2024) — 697 290,9 тыс. рублей (было в 2018 году — 622 489,5, в 2021 году — 1 503 058,8 тыс. руб.). В документе определены и ответственные за исполнением проектов, в частности министерство строительства и жилищно-коммунальное хозяйство области. Государственная программа реализуется преимущественно за счет источников федерального и областного бюджетов финансирования [5]. Дискуссионным является вопрос о выделении средств и сроках исполнения всех озвученных решений.

В историческом центре Саратове, численность жителей города составляет 830 тыс человек (2021 год), находятся четыре парка, расположенных в трех административных районах города (Волжском, Октябрьском, Фрунзенском). Парки сконцентрированы по одной оси от Волги до ул. Астраханской и по другой от ул. Дегтярной до ул. Счастливой и ул. Журавлиной. При создании парков города учитывалось их месторасположение, пейзажная планировка, уделялось большое внимание цветникам как объектам озеленения и привлечения внимания горожан, уникальность.

Самым известным для горожан считается **парк (сад) «Липки»** (Волжский район), расположенный в центральной части города. Парк был основан в 1824 году по инициативе городской управы и решению городской думы как общедоступный городской парк. Первоначально это был сад, где были высажены липы, которые и дали в последствии название «Липки». Позже там была построена оранжерея для выращивания рассады и хранения зимой экзотичных растений. В 1908 году парк огородили кованой железной оградой, которая сохранилась и до наших дней. Парк интересен не только в ландшафтном плане, но и культурно-историческом, с ним связано пребывание Н. Г. Чернышевского, К. А. Федина, К. Г. Паустовского, Л. А. Кассиля, В. В. Маяковского и других известных писателей, поэтов, музыкантов, видных деятелей науки и культуры. Парк является памятником федерального значения (с 1995 года), его площадь составляет 4,7 гектаров, основные культурные насаждения: липа, ясень, лиственница сибирская, встречаются единичные экземпляры ели, сосны, сирени, катальпы, рябины

гибридной. Цветочные культуры составляют целостную композицию декоративной ориентации в теплое время года и обладают эстетической привлекательностью. Парк имеет многофункциональное значение, здесь находятся детские аттракционы, живой уголок с птицами, шахматный и читальные павильоны, два фонтана. В дни города, в городские выходные выступают детские танцевальные коллективы. В весенне-осенний период можно встретить туристов, путешествующих по Волге. Здесь представлен культурно-познавательный вид туризма. Негативной стороной, на наш взгляд, остается непривлекательность павильонов с напитками, мороженым, которые не вписываются в архитектурный ансамбль парка. Из-за плотной центральной застройки города, наличие рядом пешеходной зоны здесь затруднена парковка. Парковый дизайн требует обновления, который запланирован на 2022 год, где основой может послужить полностью или частично восстановление утраченных объектов (аллей, фонтанов, ландшафтных композиций, архитектурно-планировочных элементов), которые могут привлечь туристов. Полагаем, что реконструкция парка даст целостное представление о историческом центре как о локальном хронотопе города [1].

Вторым парком по посещаемости является **городской парк** (Октябрьский район) как памятник садово-паркового искусства, истории города. Парк известен с 1812 года как загородная дача губернатора А. Панчулидзева. С 1935 года является общественным парком, площадь составляет 19 гектаров (ранее 20 гектаров), является культурно-развлекательным местом горожан. Парк имеет регулярный и пейзажный приемы оформления. Среди зеленых насаждений выделяется байрачная дубрава из высокоствольного черешчатого дуба, возраст некоторых деревьев составляет более 200 лет. Представленная дубрава уникальна не только в Саратовской области, но и на всем юго-востоке Европейской части нашей страны. Дендрология парка также включает более 70 видов древесно-кустарниковых пород. Пейзажная планировка парка нашла отражение на газонах с преобладание многолетних сортов цветов, там имеются и прогулочные тропы. Хорошо представлена сеть каскадных прудов, где нашли свое пристанище утки, селезни. В парке находится небольшой зверинец, но более посещаемый уголок парка это аттракционы. Широко представлены малые деревянные архитектурные формы, места общественного питания (кафе, кофейни). В весенне-осенний период в парке проводят массовые

мероприятия: фестивали, концерты, кинопоказы, конкурсы и т.д. На территории парка расположена детская музыкальная школа №6, а также близко расположены высотные жилые дома, дома низкой этажности в последнее время частично построенные на его территории, которые затрудняют регулярное проветривание парка, что отрицательно влияет на жизненный цикл некоторых пород деревьев и в частности на столетние дубы. Парковка затруднена из-за плотной застройки и автомобильных трасс, проходящих рядом с парком. Из-за удаленности от центра, парк в основном посещаем местным населением, хотя построенная новая набережная в городе, обновленные бульвары по ул. Рахова составляют замкнутое пешеходное экскурсионное кольцо, которое местными экскурсоводами еще до конца не разработано. Новый маршрут мог бы включить и посещение городского парка. Отдых в горпарке совмещает развлекательный, культурно-познавательный элементы, которые призваны привлекать посетителей и это может повлиять на включение парка в перспективе в кольцевой туристический маршрут.

Детский парк (Фрунзенский район) основан в 1903 году, как детский известен с 1936 года. Его площадь составляет 6 гектаров. Парк неоднократно реконструировали и вновь реконструкция современного парка намечена на 2022 год. Парковая среда включает: открытый стадион, спорт комплекс «Юность», картинг центр, игровые площадки, библиотеку, пункт общественного питания, фонтан, небольшой зверинец. Видовой состав основных зеленых насаждений малочислен: тополь, рябина, ива. Малые архитектурные формы давно не обновлялись, беден видовой состав цветочных культур. Из-за плотной застройки, наличия рядом общественного транспорта парковочные места отсутствуют. Наблюдается динамичный характер транзитных потоков пешеходов через парк в утренние и вечерние часы. На территории парка находится храм во имя равноапостольного великого князя Владимира. Парк в основном посещают жители близлежащих домов с детьми и прихожане храма. В туристских целях парк не используется на это в основном повлиял географический фактор (удаленность от центра) и специфика его инфраструктуры. Неоднократная реконструкция парка, так называемое «благоустройство» нанесли ущерб рядовым посадкам, архитектурно-планировочным элементам, утрате исторических объектов. Интерес вызывает общественное мнение (опрос жителей) о привычном времяпровождении в Детском парке:

64,8% — предпочитают рекреацию, 18,0 — занятие спортом, 8,2 — занимает еда, 5,7 — используют как транзит, 2,5% — хотели работать в парке. Были вскрыты и отрицательные стороны парка: замусоренность территории, нехватка объектов инфраструктуры. Высказанные пожелания: увеличение озеленения парка, объектов культуры и спорта. Главная функция парка остается рекреационная, второе место по значимости занимает занятие спортом [3]. Будущий сценарий развития парка — источник информации для архитекторов, дизайнеров при создании зонирования территории. Полагаем, что в перспективе детский парк может стать тематическим, с художественным оформлением паркового пространства, который бы отвечал эстетическим ценностям в современной гармонизации городской среды, примеры аналогичных парков имеются в других городах страны.

Парк Победы (Волжский район) заложен в 1975 году и считается самым туристическим объектом из всех городских парков, несмотря на удаленность от центральной части города. Его площадь — 80 гектаров. Среди его экспонатов — уникальная экспозиция боевой и гражданской техники в годы Великой Отечественной войны, а также ряд памятников, имеется вечный огонь, музей трудовой славы. Здесь расположена национальная деревня народов Поволжья, которую регулярно посещают туристы. В парке на постоянной основе проходят выставки, тематические экскурсии, музейные занятия, фестивали, игровые программы для детской аудитории. Эстетическую привлекательность создает парковый дизайн, специфика рельефа, смотровая площадка с видом на Волгу и город. Роль ландшафтного дизайна согласуется с природными элементами. Дендрология парка разнообразная и вписывается в местный ландшафт. Несмотря на удаленность от центральной части города, к парку можно доехать общественным транспортом, а также на личном автомобиле. Здесь получил развитие культурно-познавательный туризм.

В рамках исследования имеются публикации по заявленной теме. Так, аналогичной проблемой занимаются авторы А. Э. Митягина, А. И. Мазейна, которые затрагивают современное состояние, территориальную организацию парков и парковых пространств города Перми для оценки комфортности парков методом полевых исследований, где выработаны рекомендации по улучшению рекреации [4].

Результаты исследования. На примере парков Саратова — административного центра Саратовской области был сделан интегральный анализ возможного их использования

Интегральная оценка парков города Саратова

Название парка, сквера	Функциональное значение	Природные особенности	Доступность (1-3 б)	Эстетическая привлекательность (1-3 б)	Благоустроенность (1-3 б)	Рекреационная нарушенность (1-3 б)	Интегральная оценка
Городской парк	Многофункциональное	Развита флора, фауна, водные объекты	2	3	3	2	10
Липки	Многофункциональное	Развита флора, фауна, фонтан	2	2	3	2	9
Детский парк	Многофункциональное	Представлена флора, фауна, фонтан	1	2	1	2	6
Парк Победы	Многофункциональное	Развита флора	2	3	3	3	11

как туристского ресурса, для этого были взяты некоторые оценочные показатели:

- год образования и история создания парка
- доступность общественного транспорта, близлежащие парковочные места
- эстетическая привлекательность (парковый дизайн, малые архитектурные формы, водные объекты, фонтаны, специфика природы)
- благоустроенность территории (наличие мест отдыха, прогулочных троп, скамеек, урн, мест общественного питания, туалетов)
- рекреационная нарушенность (соответствие санитарно-гигиеническим нормам).

За основу эстетической оценки был взят интеграционный показатель, включающий следующие визуальные критерии: **доступность** (количество подъездных дорог, парковочных мест, доступность общественного транспорта), **степень эстетической привлекательности** (наличие паркового дизайна, малых архитектурных форм, природных водных объектов, фонтанов), **благоустроенность территории** (наличие скамей, мест отдыха, урн, прогулочных троп), **степень рекреационной нарушенности** (несоответствие санитарно-гигиеническим нормам). В основе была предложена трехбальная шкала: 1 балл — минимальная эстетичность, благоустроенность, доступность, 3 баллов — оптимальный показатель. Показатель рекреационной соответствовал нарушенности: 1 балл — сильно нарушена территория, 3 баллов — ненарушенность. В ходе визуального анализа была составлена интегральная оценка.

Выводы. Самая высокая интегральная балльная оценка у парка Победы (11 баллов), который посещаем во все времена года и пользуется интересом не только горожан, но и туристов. Городской парк (10 баллов) имеет перспективы для дальнейшего развития как парк, который может войти в туристическое городское кольцо, протяженностью 8 км, особенно для туристов, прибывающих с теплоходов (туристический маршрут: набережная — пешеходная зона — горпарк — набережная). Парк Липки (9 баллов) остается географически выгодным центральным местом по посещению туристов, так как через него проходят экскурсионные маршруты с осмотром центральной части города. Детский парк (6 баллов) в перспективе может стать тематическим при привлечении инвестиций для его реконструкции. Принятая концепция «100 шагов развития внутреннего и внешнего туризма на территории Саратовской области» [3], к сожалению, не включает информацию о развитии тематических парков как перспективных маршрутов развития культурно-познавательного туризма города.

Садово-парковое искусство может занять определенную нишу в развитии туристической индустрии города и стать перспективным направлением. Сохранение и использование городских парков в качестве туристического ресурса требует принципиального изменения отношения к природному и культурному наследию и должно исходить из признания их неразрывности и целостности; приоритета культурного ландшафта и его сохранения; тесной взаимосвязи с государственными органами

охраны объектов культурного наследия. Результаты исследования могут послужить основой формирования образа Саратовской области и в частности гармоничного развития города Саратова, который позволит использовать его в туристических целях, определить продвижение нашего региона на внутреннем туристическом рынке, определить новые точки роста [2]. В наше время важно сохранить для будущих поколений уникальные территории и отдельные объекты, которые имеют особое природоохранное, историческое, научное, культурное, эстетическое и рекреационное значение.

Макарцева Людмила Валентиновна,

к.г.н., доцент кафедры экономической и социальной географии Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского;
milamak05@mail.ru

Библиографический список

1. Макарцева Л.В., Преображенский Ю.В. Хронотоп города в туристическом пространстве страны (на примере г. Саратова) [Текст]// География и туризм. 2019. № 1. С. 183–188.
2. Макарцева Л.В. Бальная оценка историко-культурных объектов Саратовской области [Текст]/ Л.В. Макарцева // Сб.Науки о Земле: от теории к практике (Арчиновские чтения-2020): материалы Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участием. — Чебоксары: Издательский дом «Среда»,2020. С. 425–429.
3. Общественное заседание... // <https://disk.yandex.ru/d/RmfP-FcMQz9x0w> (дата обращения 10.02.22).
4. Митягина А.Э., Мазеина А.И. Парки и парковые пространства: территориальная организация, рекреационное использование// География и туризм. 2021. № 1 (7). С. 86–92.
5. «О государственной программе Саратовской области «Формирование комфортной городской среды на 2018-2022 годы»// URL: <https://docs.cntd.ru/document/467714843> (дата обращения 10.02.22).
6. Об утверждении Концепции «100 шагов развития внутреннего и въездного туризма на территории Саратовской области в 2019-2021 годах» // URL: <https://docs.cntd.ru/document/467722512> (дата обращения 27.01.2022).

А. В. Фирсова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 910.3

ГЕОКУЛЬТУРНЫЕ ОБРАЗЫ ПОВОЛЖЬЯ В ЛИТЕРАТУРЕ: МАТЕРИАЛ ДЛЯ ЛИТЕРАТУРНОГО АТЛАСА*

Художественная литература создает яркие образы географических мест и тем самым «картирует» пространство — участвует в проектах по созданию новых туристских аттракций. В статье рассмотрено литературное наследие обширного региона — Поволжья, названы основные литературные места, приведены цитаты художественных произведений, в которых формируются геокультурные образы городов Нижний Новгород, Казань, Астрахань. Ключевым образом региона является река Волга — «кормилица» и «матушка» России. На Волге сходятся и расходятся пути в центр, к Русскому Северу, на Урал и в Азию; с Волжским простором генетически связаны образы народной вольницы, молодецкой удали, казачества. Поволжье — это контактная зона русского и тюркского миров, пространство смешения языков и стилей, и сотворения единого, понятного для всех языка. Признанными литературными центрами региона являются: Средняя Волга — она связана с творчеством А. С. Пушкина, П. И. Мельникова-Печерского, Н. А. Добролюбова, А. М. Горького, Н. М. Карамзина, И. А. Гончарова, М. Ю. Лермонтова, В. Г. Белинского, А. П. Гайдара. На реке Вятке выделяется город Киров, с музеями М. Е. Салтыкова-Щедрина и А. С. Грина. Республику Татарстан отличает высокая концентрация литературных музеев в городах Казани, Чистополе, Елабуге, Лаишево, Бугульме. Самара, Саратов хранят память о писателях Н. Г. Чернышевском, М. А. Шолохове, Ф. Д. Крюкове. Литературное наследие Астрахани связано с именами В. К. Третьяковского и В. Хлебникова.

Ключевые слова: Поволжье, русская литература, литературные места, геокультурный образ, литературный атлас.

A. V. Firsova

Perm State University

GEOCULTURAL IMAGES OF THE VOLGA REGION IN LITERATURE: MATERIAL FOR A LITERARY ATLAS

Literary text creates vivid images of geographic places and thereby «maps» the space — it is used in projects to create new tourist attractions. The article considers the literary heritage of a vast region — the Volga region, names the main literary places, quotes from works of art in which the geocultural images of the cities of Nizhny Novgorod, Kazan, Astrakhan are formed. The key image of the region is the Volga River — the «breadwinner» and «mother» of Russia. On the Volga, paths converge and diverge to the center, to the Russian North, to the Urals and to Asia; with the Volga expanse, the images of the people's freedom, valiant prowess, the Cossacks are genetically connected; The Volga region is a contact zone of the Russian and Turkic worlds, a space for mixing languages and styles, and creating a single language understandable to all. The recognized literary centers of the region are: The Middle Volga — it is associated with the work of A.S. Pushkin, P.I. Melnikov-Pechersky, N.A. Dobrolyubova, A.M. Gorky, N.M. Karamzin, I.A. Goncharova, M.Yu. Lermontov, V.G. Belinsky A.P. Gaidar. The city of Kirov stands out on the Vyatka River, with the museums of M.E. Saltykov-Shchedrin and A.S. Green. The Republic of Tatarstan is distinguished by a high concentration of literary museums in Kazan, Chistopol, Yelabuga, Laishevo, Bugulma. Samara, Saratov keep the memory of the writers N.G. Chernyshevsky, M.A. Sholokhov, F.D. Kryukov. The literary heritage of Astrakhan is associated with the names of V.K. Trediakovsky and V. Khlebnikov.

Keywords: Volga region, Russian literature, literary places, geocultural image, literary atlas.

© Фирсова А. В., 2022

* Статья подготовлена при поддержке Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество» (грантовый проект № 02/2021-И «Первый литературный атлас России: важнейшие литературные места, ландшафты, путешествия и образы»).

*О Волга! рек, озер краса,
Глава, царица, честь и слава,
Прости! Но прежде удостой
Склонить свое вниманье к лире
Певца, незнаемого в мире,
Но воспоенного тобой!*

И. И. Дмитриев «К Волге»

В современном мире, в связи с развитием индустрии туризма и маркетинговых технологий, к художественной литературе обращаются как к собранию образов географических мест, а сам художественный текст анализируют с целью выявления характерных черт территории. Использование литературы в качестве символической «карты» или «путеводителя» — одна из важнейших форм социального потребления художественного произведения. В статье рассмотрено литературное наследие Поволжья и выявлены важнейшие литературные места, которые должны быть включены в Литературный атлас России.

Поволжьем традиционно называют обширный регион России, который охватывает Нижегородскую область, республики Мордовию, Чувашию, Марий-Эл, включает Среднее Поволжье, расположенное на Восточно-Европейской равнине до южного края Самарской Луки — территории республики Татарстан, Самарской, Саратовской, Ульяновской и Пензенской областей. Здесь, на правом берегу Волги, находится живописная Приволжская возвышенность, она крутым уступом обрывается к реке, Волга зажата между Жигулями и Сокольими горами, а с высоты крутого берега открываются потрясающие виды и панорамы на водную гладь и заволжские дали. В северо-восточном направлении уходит главный приток Волги — Кама, а с ней и река Вятка — по берегам которых поднимаются глухие хвойные леса, климат становится суровее — прохладное лето, снежные зимы. Это пределы Кировской области. В южном направлении — ландшафты переходят в степные и полупустынные районы, Волга стремится к Каспийскому морю, меняются пейзажи. Северный Прикаспий — самое низменное место России и главная его достопримечательность — дельта Волги, самая большая дельта в Европе, испещренная широкими рукавами и протоками, с замысловатыми изгибами береговой линии Каспия.

Если центральная часть Поволжья — это густозаселенный русский мир в постоянном и непосредственном контакте с угро-финскими и тюркскими народами, то Татарские и Астраханские земли — это наследники Хазарского каганата и Золотой орды. Славянская и тюркская культуры, лес и степь, Европа и Азия так ярко сходятся здесь, что именно на этих

контактных границах рождаются писатели, в творчестве которых наиболее явно присутствует национальная идентичность, звучит голос субэтносов — старообрядчества, казачества, а затем, происходит смешение языков и стилей. Ключевым является стремление к синтезу и сотворению единого, понятного для всех, языка.

Культурные центры столь обширной территории, места, где росли многие известные писатели и поэты России, — это города Нижний Новгород, Пенза, Казань, Киров (Вятка), Ульяновск (Симбирск), Самара, Саратов, Астрахань. Верхнее и Среднее Поволжье — это место рождения П. И. Мельникова-Печерского, В. Г. Белинского, А. М. Горького, Н. А. Добролюбова, А. С. Грина, Н. А. Заболоцкого. С нижней Волгой связаны В. К. Третьяковский, Н. Г. Чернышевский, М. В. Шолохов, Ф. Д. Крюков, В. В. Хлебников. В Поволжье находятся известные литературные музеи-заповедники Болдино и Тарханы, а значит, Поволжье, ещё и вотчина А. С. Пушкина и М. Ю. Лермонтова.

Ось региона, его связующая сила, — Волга. Для россиянина это не просто великая река, символ Родины, она давно обрела человеческий облик — матушка, кормилица, защитница, красавица. Стремление «очеловечить» реку, вписать ее в систему «родственных» отношений свидетельствует о высокой значимости Волги для людей, которые словно происходят от реки, «вытекают» из нее. Только две реки претендовали на такое восприятие русскими: «Волга-матушка» и «Дон-батюшка» [7, с. 206]. Волга — исторический путь, где сходятся прошлое и настоящее всех народов, населяющих волжские берега, где сплетается старое и новое, великое и вечное. Для писателей, поэтов, художников, композиторов — она источник вдохновения, свидетельница больших и малых событий. В России нет другой реки, которая по своему значению для русской культуры могла бы сравниться с Волгой. Наверное, одним из первых, кто с художественной точки зрения обозначил величие Волги, был Н. М. Карамзин. Волга для него — природный объект, тесно связанный с Россией, она отражает и подчеркивает ее величие:

*Река священнейшая в мире,
Кристалльных вод царица, мать!
Дерзну ли я на слабой лире
Тебя, о Волга! величать,
Богиней песни вдохновенный,
Твоею славой удивленный?* [6, с. 118].

В стихотворении Н. М. Карамзина «Волга» встают образы Золотой Орды и первых христиан, и могучей реки, которая может восстать как стихия. Подобны стихийной силе исторические личности — Ермак, Стенька Разин,

Емельян Пугачев и вся разбойничья вольница по берегам реки. Народными песнями стали сказания о казаках, переработанные поэтом Д. Н. Садовниковым: «Из-за острова на стрежень, на простор речной волны...»; на нижней Волге начинался творческий путь певцов казачества — Ф. Д. Крюкова, М. А. Шолохова. Волга вообще просится в песню. Лирикоэпический жанр как нельзя лучше подходит волжскому раздолью:

*Издадека долго
Течет река Волга,
Течет река Волга —
Конца и края нет...
Среди хлебов спелых,
Среди снегов белых
Течет моя Волга,
А мне семнадцать лет [13].*

Древние дворянские фамилии России участвовали в покорении волжских берегов, за что получали в награду вотчинные земли. В Нижегородской области расположена усадьба Пушкиных — Болдино, в Пензенской находится поместье Арсеньевых-Лермонтовых — Тарханы, в Симбирской губернии — родовое село Карамзинка — усадьба Н. М. Карамзина; имение Аксаковых в с. Аксаково, в городе Симбирске — купеческий особняк семьи И. А. Гончарова.

Литературные усадьбы здесь обширнее, чем на Орловщине или в Туле, расстояния больше, населения меньше и литературные герои обрисованы не резкими штрихами, а пунктирами — Вадим в драме М. Ю. Лермонтова, Обломов в романе И. А. Гончарова. Природа средней полосы России: ополья и полесья, овраги и долины, рощицы и нивы — вот те пейзажи, что знакомы нам с детства по стихотворениям А. С. Пушкина и М. Ю. Лермонтова:

*Люблю дымок спаленной жнивы,
В степи ночующий обоз
И на холме средь желтой нивы
Чету белеющих берез.
С отрадой, многим незнакомой,
Я вижу полное гумно,
Избу, покрытую соломой,
С резными ставнями окно;
И в праздник, вечером росистым,
Смотреть до полночи готов
На пляску с топаньем и свистом
Под говор пьяных мужичков [8, с. 77].*

Именно в Болдино пережил Александр Сергеевич небывалый творческий подъем — первую и вторую Болдинскую осень:

*Унылая пора! Очей очарованье!
Приятна мне твоя прощальная краса —
Люблю я пышное природы увяданье,
В багрец и в золото одетые леса,
В их сенях ветра шум и свежее дыханье,*

*И мглой волнистою покрыты небеса,
И редкий солнца луч, и первые морозы,
И отдаленные седой зимы угрозы [15, с. 521].*

В литературные усадьбы Поволжья, где природные ландшафты становятся продолжением художественных строк, едут путешественники, чтобы вслед за писателями разглядеть красоту в обыденном.

Нижний Новгород, расположенный на стрелке рек Оки и Волги, занимал видное положение на пути к Москве, что сделало город оживленным торговым местом, крупным транспортным узлом и административным центром обширного Поволжья. Образ города-ярмарки встречаем у А. С. Пушкина в «Путешествии Онегина»:

*Тоска, тоска! Он в Нижний хочет,
В отчизну Минина. Пред ним
Макарьев суетно хлопочет,
Кипит обилием своим.
Сюда жемчуг привез индеец,
Поддельны вина европеец,
Табун бракованных коней
Пригнал заводчик из степей,
Игрок привез свои колоды
И горсть услужливых костей,
Помещик — спелых дочерей,
А дочки — прошлогодни моды.
Всяк суетиться, лжет за двух,
И всюду меркантильный дух [16, с. 341].*

В городе находится Нижегородский музей А. С. Пушкина. Он расположен в бывших гостиничных номерах купца Дмитрия Деулина в самом центре города возле кремля. Здание это сохранилось до нашего времени, хотя и претерпело существенные изменения. Во времена Пушкина это была одна из лучших городских гостиниц. Здесь поэт останавливался 2 и 3 сентября 1833 г. проездом по дороге в Оренбург.

В Нижнем Новгороде родились писатели: П. И. Мельникова-Печерский, Н. А. Добролюбов, А. М. Горький, А. Б. Мариенгоф, А. В. Иванов; жили — А. С. Пушкин, В. И. Даль, В. Г. Короленко. Литературное наследие города представлено в Литературном музее в купеческом доме Бурмистровых [2]. Этот дом в стиле эклектики, конца XIX в., «небольшой, изящный, как королевская игрушка» стал местом действия в романе И. С. Рукавишника «Проклятый род». В 1934 г. он был передан Литературному музею им. А. М. Горького. Сегодня дом и его интерьеры рассказывают о культурной и литературной жизни Нижнего Новгорода в конце XIX – нач. XX вв. Экспозиции посвящены биографии, художественному творчеству М. Горького. Рядом с горьковскими представлены материалы о жизни и творчестве писателей: П. И. Мельникова (А. Печерского) и В. Г. Короленко, поэтов: Л. Граве и И. Рукавишника [2].

В городе находится еще два музея, посвященных жизни и творчеству писателя: «Домик Каширина» — место действия автобиографической повести Горького «Детство». Дом деда В. В. Каширина, нижегородского мещанина, старшины красильного цеха с пятью комнатами, в том числе нижней «рабочей» комнатке, где жил маленький Алёша с матерью после их приезда из Астрахани. Подлинная обстановка дома в естественной исторической среде, где сохранились старая деревянная застройка и фрагменты мемориального ландшафта, позволяет в полной мере представить образ жизни семьи Кашириных и нижегородского мещанства XIX в. Описание дома и жизни в нем наполнены горькими воспоминаниями: «Я чувствовал себя чужим в доме, и вся эта жизнь возбуждала меня десятками уколов, настраивая подозрительно, заставляя приставлять ко всему с напряжённым вниманием». <...> Мне кажется, что в доме на Полевой улице дед жил не более года — от весны до весны, но и за это время дом приобрел шумную славу; почти каждое воскресенье к нашим воротам сбегались мальчишки, радостно оповещая улицу:

— У Кашириных опять дерутся!» [1, с. 57].

Музей-квартира А. М. Горького открыта в 1971 г. в последней нижегородской квартире Пешковых [10]. Писатель жил здесь в 1902–1904 гг. Здесь завершалась работа над пьесой «На дне», сделаны первые наброски к повести «Мать», написана поэма «Человек». Гостями Горького в этом доме были: Л. Н. Толстой, Л. Андреев, И. А. Бунин, А. П. Чехов, Е. Н. Чириков, И. Е. Репин, К. С. Станиславский, самый близкий друг — Ф. И. Шаляпин. После 1917 г. квартира писателя была передана под общежитие, в 1930-е гг. родилась идея создания музея. Переданная музею Пешковой Е. П. уникальная подлинная обстановка дома (обстановка кабинета писателя, его письменный стол, библиотека) дает значительную информацию о жизни, творчестве и общественной деятельности Горького, его нижегородском окружении. В музее устраиваются литературные и музыкальные вечера, ставятся спектакли, «домашние» чтения за «горьковским» столом. Открыта «Зеленая гостиная», где проходят встречи с писателями, актерами, учеными, студентами.

В двух зданиях, составляющих ансамбль усадьбы Добролюбовых, открыт литературно-мемориальный музей Н. А. Добролюбова. Мемориальная экспозиция рассказывает о жизни семьи провинциального священника Добролюбова. Уникальные книги и детские игрушки, посуда и одежда вводят в мир повседневного быта и интересов Николая, детство

и юность которого прошли в Нижнем Новгороде. Родному городу он посвятил стихотворение «Родимый город...»:

*Родимый город!.. Как мне все знакомо
На нешироких улицах твоих!
Как много пробуждают эти дома
Воспоминаний, сердцу дорогих!.. [4]*

Вдали от Нижнего Новгорода и дворянских поместий начинаются вековые леса, затаялась кондовая Русь — стоят старинные села по берегам малых рек — давние поселения старообрядцев, самые известные из которых, с речки Керженец. Голосом этого субэтноса стал П. И. Мельников-Печерский, колоритно описавший жизнь старообрядцев в романах «В лесах» и «На горах». В этих далеких провинциях вырастают тихие поэты-мечтатели, авторы с натурфилософским восприятием мира, с чутким отношением ко всему живому и живущему — Александр Грин в Слободском, Николай Заболоцкий в селе Сернур и городке Уржуме.

Провинциальные города Поволжья, стоящие вдали от большой реки, нередко становились местами ссылки для политически неблагонадежных. Вятка на несколько лет оказалась местом службы А. И. Герцена, М. Е. Салтыкова-Щедрина, стала второй родиной для ссыльных поляков, в одной такой польской семье родился А. С. Грин. В Глазове в жил опальный писатель В. Г. Короленко, в Арзамас был сослан А. М. Горький. В годы Великой Отечественной войны города Поволжья — Чистополь, Елабуга, Вятка и др. являлись центром эвакуации Союза советских писателей. Быт, уклад, ландшафтное окружение маленьких городов — важная составляющая художественного мира многих произведений: «История одного города» М. Е. Салтыкова-Щедрина, «Городок Окуров» А. М. Горького, «Царев гость из Наровчата» А. И. Куприна, «Кондуит и Швамбрания» Л. А. Кассиля, Васюки из «12 стульев» И. Ильфа и Е. Петрова.

Но вернемся из дальних уголков Поволжья обратно на Волгу. XIX век и развитие экономики в России превращает Волгу в одну из главных водных артерий страны. Тысячи судов бороздят волжские просторы. Река шумит, торгует. Жизнь кипит в ярмарочных городах — Нижнем, Макарьеве, Казани, Симбирске, Самаре, Астрахани. Везут рыбу, зерно, муку, сало, кожу, пеньку, мед, воск, множество розничного товара, посуду резную, ложки семеновские, игрушку городецкую, ткани, пряности, арбузы — с Астрахани, соль, железо и сельхозинвентарь с Урала. Поволжье — народный рынок, где постоянно происходит обмен и обман. На сезонный труд в речные города стекаются крестьяне Костромской,

Вятской, Нижегородской, Казанской, Симбирской, Самарской, Саратовской губерний — артели плотников, грузчиков, бурлаков. Тяжелая, но независимая жизнь бурлака воспитывала особый нрав свободолюбивого, вольного человека, имеющего богатый житейский опыт, способного выживать в нечеловеческих условиях и привыкшего рисковать жизнью, — таков собирательный образ волжского героя. Пример — Иван Флягин из «Очарованного странника» Н. С. Лескова, бурлаки из поэм Н. А. Некрасова. Неслучайно этот регион так богат писателями-демократами, писателями-реалистами: родом из Пензенской губернии А. И. Полежаев, В. Г. Белинский, А. И. Куприн, из Нижнего Новгорода — Н. А. Добролюбов и А. М. Горький, из Саратова — Н. Г. Чернышевский, Л. А. Кассиль, К. А. Федин.

Говоря о людях Волжского простора, нельзя не коснуться еще одной темы — любви на Волге. Волга и любовь — это два мотива, которые столь тесно переплелись, что не всегда их можно отделить друг от друга. В городках на Волге разворачиваются драмы Н. А. Островского «Гроза» и «Бесприданница», роман «Обрыв» А. Н. Гончарова. Страстью степного Поволжья пронизаны стихи Б. Пастернака из сборника «Сестра моя жизнь», родившиеся в окрестностях Балашова. Даже города по берегам реки приобретают гендерные черты — по замечанию беллетриста В. М. Сидорова «все мужчины-города лежат на правом Поволжье», женские города на левом.

Вспоминая о беллетристике, следует сказать, что Волга была излюбленным маршрутом писателей-путешественников. К концу XIX в. в печати появляются обширные для своего времени путеводители, формирующие пейзажный образ хорошо знакомой для русского человека реки. Василий Иванович Немирович-Данченко, известный очеркист, один из первых своих путеводителей посвятил поездке по Волге: «*Передо мной на громадное расстояние неожиданно развернулась даль противоположного берега Волги... В первое время не знаешь, куда смотреть, на чем остановиться. Жаль оторваться на от этих синееющих далее, хочется разглядеть и прямо внизу под собой маленькие пароходы, мокшаны и беляны, причалившие к берегу... Пахнет рекою и весенней зеленью. Свежо как!*» [12, с. 36].

Важнейшим речным узлом и центром Поволжья всегда являлась **Казань** — отсюда можно было подняться вверх к Удмуртским землям и Перми или спускаться вниз — к Каспийскому морю. Казань — город на стрелке рек Волги и Казанки, культурный, театральный и университетский центр, с которым связана

судьба многих российских писателей. Здесь родились Р. Г. Державин и В. П. Аksenov, учились в университете С. Т. Аксаков, Л. Н. Толстой, П. И. Мельников-Печерский, В. Хлебников, служили В. И. Даль и А. М. Горький, были проездом А. С. Пушкин, А. И. Герцен, Т. Г. Шевченко, В. Г. Короленко, В. В. Маяковский, Е. Евтушенко. Не обошли Казань вниманием и зарубежные путешественники, например, А. Дюма-старший. Всех вдохновлял пейзаж города: «*Увиденная с дамбы Казань словно поднимается из глубин огромного озера. Открываясь взору со своим старым Кремлем, она являет собою зрелище самое фантастическое. На подступах к Казани мы прошли огромную протоку под названием Булак. Я не знаю ничего более живописного, чем длинная цепочка деревянных домов, которые выстроены по ту сторону Булака, и сотнями окон каждый вечер загорается огонек, создавая подобие праздничной иллюминации*» [14]. Т. Г. Шевченко разглядел в Казани черты Москвы: «*Казань-городок — Москвы уголок*». Эту поговорку слышал я в первый раз в 1847 году. А сегодня поутру увидел я издали Казань и давно слышанная поговорка сама собой вспомнилась... Как издали, так и вблизи, так и внутри Казань чрезвычайно живо напоминает собою уголок Москвы: начиная с церкви, колоколен, до саек и калачей, везде, на каждом шагу видишь влияние белокаменной Москвы. Даже башня Сумбеки, несомненный памятник времен татарских, показалась мне единоутробною сестрой Сухаревой башни» [17]. А. И. Герцен отмечал восточно-европейский колорит города: «*Ежели России назначено, как провидел великий Петр, перенести Запад в Азию и ознакомить Европу с Востоком, то нет сомнения, что Казань — главный караван-сарай на пути идей европейских в Азию и характера азиатского в Европу. Это выразумел Казанский университет*» [17]. Казанский университет оказался «крепким орешком» для Л. Н. Толстого и А. М. Горького — они его не закончили, а С. Т. Аксаков был «первым казанским студентом» — он поступил на первый курс в год основания университета и стоял первым в списке. Казанскому университету посвятили поэтические строки Евгений Евтушенко:

*Спасибо, стены города Казани
За то, что вы мне столько рассказали.
Мне вновь планида оказала милость, и,
вновь даря свой выстрадавший свет,
как в Братской ГЭС,
Россия мне раскрылась в тебе,
Казанский университет [5].*

В Казани находится музей Л. Н. Толстого. Он открыт в особняке Горталова, где после потери родителей в 1841 году 13-летнего Льва,

его братьев и сестру, приютила тетя со стороны отца П. И. Юшкова. В 1844 г. Лев Толстой был зачислен студентом разряда восточной (арабско-турецкой) словесности. По результатам года не выдержал переходного экзамена. Во избежание полного повторения курса он перешёл на юридический факультет, где проучился два года. Весной 1847 г. Лев Толстой оставил учёбу в университете и уехал в доставшуюся ему по разделу Ясную Поляну. Многие впечатления и переживания казанского периода жизни нашли отражение в автобиографических повестях «Отрочество» и «Юность». В Казани произошло событие, которое оказало большое влияние на писательскую судьбу Льва Николаевича. Здесь его брат Сергей познакомился с дочерью воинского начальника А. П. Корейши, Варварой Андреевной, в которую он влюбился. Однажды после бала, на котором дочь и отец произвели на юношу сильное впечатление, он, будучи не в силах заснуть, отправился гулять по городу и вышел к дому, где жила Корейша. Пройдя еще немного, он увидел страшную сцену: очаровавший его накануне полковой командир руководил свирепой расправой: прогнанием сквозь строй солдата-татарина. В результате этих казанских впечатлений брата Лев Толстой создал впоследствии «После бала» [11].

В окрестностях Казани располагались поместья Г. Р. Державина, Е. А. Боратынского, И. И. Панаева. С Казанью связана жизнь и судьба татарских поэтов Габдуллы Тукая и Мусы Джалиля. Разнообразное литературное наследие города представлено в музеях: литературно-мемориальный музей А. М. Горького, литературный музей Л. Н. Толстого, музей-квартира Муссы Джалиля, музей-усадьба Е. Боратынского. В городе установлены памятники Г. Р. Державину, Г. Тукаю, М. Джалилю.

Неповторимым колоритом обладала и **Астрахань** — плодородный край, где сходились калмыцкая степь и морская окраина России, «городом предков» называл ее поэт-футурист Велемир Хлебников. Смешение культурных ландшафтов — речных, морских, степных, пустынных, бесконечная даль и, в принципе, пространство без пейзажных преград, давало импульс творческой фантазии. В Астрахани родился поэт-реформатор XVIII века Василий Кириллович Тредиаковский, который впервые разделил поэзию и прозу и ввёл эти понятия в русскую культуру. С Астраханью была связана юность Хлебникова «поэта поэтов», мечтавшего о едином, мировом языке. Слово восприняв слова Тредиаковского, о том, что поэту нужен «токмо звон», Хлебников брал слово с неразвитыми,

неведомыми формами, сопоставлял его со словом развитым и тем самым доказывал необходимость и неизбежность появления новых слов. Свою задачу в поэзии поэт формулировал так:

*Породе русской вернуть язык
Такой,
Чтоб соловьиный свист и мык
Текли там полною рекой <...>
А в песне море и озноб
И трепет ночью мироздания,
И клетот белого орлана,
И чаек хохот или плач.
О, водопадный хрип горлана!
Душа летела, как Кивач [18 с. 151–156].*

Поэта занимали космологические мотивы, при помощи поэзии он стремился связать время и пространство, подобно тому, как обширный Поволжский регион связывает центр России с Севером, Азией и Уралом.

Геокультурные образы и литературные центры Поволжья

Собирая культурное единство региона, определяя сюжеты его идентичности, отметим несколько важных моментов:

- Волга — главная ось региона, «кормилица» и «матушка»; родственное и лиро-эпическое отношение к реке особенность ее художественного восприятия.
- Главная русская река, нанизывает на себя разнородные территории, здесь сходятся и расходятся пути в центр, к Русскому Северу, на Урал и в Азию.
- Образ народной вольницы, молодецкой удали генетически связан Волжским простором.
- Поволжье староосвоенная территория — местоположения древнего Хазарского каганата и Золотой Орды, где позже получали земельные уделы древние дворянские фамилии, здесь оказались родовые имения великих русских поэтов — Пушкина и Лермонтова.
- Вдали от Волги, в лесных урочищах, запрятан старообрядческий мир, провинции для ссылки идейно несогласных.
- Торговые города вдоль реки, промыслы и ремесла, капитал и эксплуатация процветают на Волге — это мир писателей-демократов, борцов за социальную справедливость.
- Казань — старейший университетский город России — интеллектуальный котел Поволжья, центр татарской культуры.
- Астрахань — «древний город» и территория творческого эксперимента.

Культурное наследие региона и деятельность по музеефикации литературных мест, позволяет выделить признанные литературные центры:

▪ Средняя Волга связана с творчеством А. С. Пушкина (Болдино), П. И. Мельникова-Печерского, Н. А. Добролюбова, А. М. Горького (Нижний Новгород), Н. М. Карамзина, И. А. Гончарова (Симбирск), М. Ю. Лермонтов, В. Г. Белинский (Пенза) А. П. Гайдара (Арзамас). На реке Вятке выделим город Киров (Вятку), с музеями М. Е. Салтыкова-Щедрина и А. С. Грина.

▪ Республику Татарстан отличает высокая концентрация литературных музеев в Казани, Чистополе, Елабуге, Лаишево, Бугульме — это целая литературная провинция региона.

▪ Самара, Саратов помнят о писателях М. Шолохове и Ф. Крюкове, чтут имя Н. Г. Чернышевского.

▪ Литературное наследие Прикаспия представлено в «Музее культуры Астрахани».

Поволжский регион — пространство, хорошо освоенное русской литературой. Воспользовавшись бинарными оппозициями фольклорной картины мира, его можно назвать — «свое», «мужское», «правое», «живое». Ключевыми словами этих мест являются: ширь, даль, речной простор, лес, степь, родной дом.

Фирсова Анастасия Владимировна,

к. геогр. н., доцент кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета;
firssowa@mail.ru

Библиографический список

1. Горький М. Детство /Худож. Б.А. Дехтерев. М.: Сов. Россия, 1982. 208 с.
2. Государственный Ордена Почета музей А. М. Горького <http://museumgorkogo.ru/literaturnyj-muzej-a-m-gorkogo/> (дата обращения 10.04.2022).
3. Дмитриев И.И. К Волге. URL: Стих <https://rustih.ru/ivan-dmitriev-k-volge/>

4. Добролюбов Н. А. Избранные стихотворения URL: http://az.lib.ru/d/dobroljubow_n_a/text_0210-1.shtml (дата обращения 10.04.2022).

5. Евтушенко Е. «Казанский университет» <http://lib.ru/POEZIQ/EWTUSHENKO/kazan.txt> (дата обращения 10.04.2022).

6. Карамзин Н.М. Повести. Стихотворения. Публицистика [Текст] / Николай Михайлович Карамзин. — Москва: АСТ: Олимп, 2002. 202 с.

7. Кусмидинова М.Х. Формирование концепта русской реки на примере Волги // Теория и практика общественного развития, 2015, № 21, С. 205-208.

8. Лермонтов М.Ю. Избранные произведения. Пермь: Кн. Изд-во, 1983, 402 с.

9. Музей детства А.М. Горького «Домик Каширина» // URL: <http://museumgorkogo.ru/muzej-detstva-a-m-gorkogo-domik-kashirina> (дата обращения 04.03.2022).

10. Музей-квартира А. М. Горького // URL: <http://museumgorkogo.ru/muzej-kvartira-a-m-gorkogo> (дата обращения 14.03.2022).

11. Музей Л. Н. Толстого в Казани // URL: <http://museum.ru/M3030> (дата обращения 14.03.2022).

12. Немирович-Данченко Вас. И. По Волге : (Очерки и впечатления летней поездки) / [Соч.] В. И. Немировича-Данченко. Санкт-Петербург : И. Л. Тузов, 1877. 428 с.

13. Ошанин Лев «Течет Волга» // URL: <https://www.culture.ru/poems/33184/techet-volga> (дата обращения 17.04.2022).

14. По городам и весям // URL: <https://eksmo.ru/selections/po-gorodam-i-vesyam-kazan-v-russkoj-literature-ID14835965/>. (Дата обращения 30.04.2022).

15. Пушкин А.С. Сочинения в 3-х т. Т. 1. Стихотворения. Сказки; Руслан и Людмила: Поэма.. — М.: Худож. лит., 1985. 735 с.

16. Пушкин А.С. Сочинения в 3-х Т. 2. Поэмы; Евгений Онегин; Драматические произведения. — М.: Худож. лит., 1986. 527 с.

17. Русские писатели о Казани // URL: <https://newspaper.kpfu.ru/blogs/slovo-redaktora/news-russkie-pisateli-o-kazani/> (Дата обращения 30.04.2022).

18. Хлебников Велемир. Поэзия. Драматические произведения. Публицистика / Сост. и коммент. А. Е. Парениса; предисл. Ю.Н. Тынянова. М.: Слово, 2002. 696 с.

АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

С. Б. Мичурин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 911.8

МАССОВЫЙ АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ: ЭВОЛЮЦИЯ ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ

В настоящее время закономерно увеличивается частота несчастных случаев, происходящих на различных объектах активного туризма. Обусловлено это эволюцией активного туризма в России. Что же изменилось в отечественном активном туризме с девяностых годов XX века до настоящего момента и что осталось неизменным? Основные проблемы, которые выделяет автор: наблюдается кризис культуры в активном туризме, утрачено самоограничение, защищавшее туристов от принятия опасных решений; изменилось соотношение туристов в системе «организованный туризм — самодеятельный туризм», резко возросло количество неподготовленных посещений объектов туризма; продолжает падать качество общедоступной информации об объектах туризма; остаётся низким качество услуг в организованном активном туризме при нарастании его массовости; в массовом сознании современного туриста в результате эволюции активного туризма укоренились стереотипы, негативно влияющие на безопасность туристских мероприятий; нарастает массовость новых форматов активного туризма — спонтанного и скрыто-коммерческого; фактически перестала существовать сеть туристских клубов и туристских станций; государственный контроль функционирования и развития активного туризма в настоящее время неэффективен. Каковы перспективы улучшения сложившейся ситуации? В настоящее время эффективны были бы совершенствование систем учёта, прогнозирования, контроля и образования применительно к активному туризму.

Ключевые слова: активный туризм, туристский продукт, туристский сервис, коммерческий туризм, организованный туризм, самодеятельный туризм, спонтанный туризм, скрыто-коммерческий туризм, стереотипы, туристские клубы, эволюция активного туризма.

Michurin S.B.

Perm State University

MASS ACTIVE TOURISM: THE EVOLUTION OF THE SECURITY PROBLEM

At present, the frequency of accidents occurring at various objects of active tourism naturally increases. This is due to the evolution of active tourism in Russia. What has changed in domestic active tourism from the nineties of the twentieth century to the present, and what has remained unchanged? What are the prospects for improving the current situation? There is a crisis of culture in active tourism, the self-restraint that protected tourists from making dangerous decisions has been lost; the ratio of tourists in the system «organized tourism — amateur tourism» has changed, the number of unprepared visits to tourism objects has sharply increased. The quality of publicly available information about tourism objects continues to decline. The quality of services in organized active tourism remains slow with an increase in its mass character. As a result of the evolution of active tourism, stereotypes have taken root in the mass consciousness of a modern tourist, negatively affecting the safety of tourist activities. The mass character of new formats of active tourism is growing — spontaneous and hidden commercial. The network of tourist clubs and tourist stations has actually ceased to exist. State control of the functioning and development of active tourism is currently ineffective. What are the prospects for improving the current situation? At present, it would be effective to improve the systems of accounting, forecasting, control and education in relation to active tourism.

Keywords: active tourism, tourist product, tourist service, commercial tourism, organized tourism, amateur tourism, spontaneous tourism, hidden commercial tourism, stereotypes, tourist clubs, evolution of active tourism.

В настоящее время закономерно увеличивается частота несчастных случаев, происходящих на различных объектах активного туризма в России.

Обусловлено это совокупностью нескольких групп факторов, действующих на большей части её территории. Часть факторов унаследованы отечественным туризмом из советского периода, часть является неизбежным следствием продолжающейся эволюции активного туризма. Поскольку речь идёт о проблематике безопасности туристов нас интересуют прежде всего негативные проявления данной эволюции.

Необходимо отметить, что проявления каждого фактора имеют как объективную, так и субъективную составляющую. Объективная сторона проявляется в изменении (или, наоборот, неизменности) условий, в которых организуются, протекают и контролируются туристские прохождения, субъективная — в восприятии этих условий организаторами и участниками туристских путешествий и степени адекватности реагирования на них.

Что же изменилось в отечественном активном туризме с девяностых годов XX века до настоящего момента и что осталось неизменным?

Во-первых, с разрывом преемственности туристских поколений, произошедшим в связи с социальными потрясениями девяностых годов, резко снизилась численность носителей спортивной мотивации в активном туризме. Сейчас ежегодное количество спортивных туристских прохождений составляет менее 1/5 от количества их же в первой трети 1990-х годов. Это при том, что после спада общей популярности активного туризма, как способа отдыха, в настоящее время его массовость можно считать восстановленной. Таким образом, массовыми перестали быть главные идеи спортивного туризма — регулярность участия в туристских мероприятиях, их постепенное усложнение для каждого туриста и туристского сообщества, преимущественно командно-групповая реализация туристских мероприятий. Следствием этого является прежде всего деградация в туристской среде таких неотъемлемых черт активного туризма, как туристская этика, системный подход к туризму, как способу отдыха и саморазвития, туристская дисциплина и самодисциплина.

Во-вторых, современный активный туризм перестал быть по преимуществу самостоятельным. Наблюдения автора за количеством туристских групп на маршрутных коридорах водного туризма в Пермском крае и численностью их участников, а так же изучение опосредованных данных по другим территориям и другим видам активного туризма дают

основание полагать, что общая численность участников организованных и самостоятельных туристских прохождений примерно равна. При этом, удивительно живучим оказался унаследованный от советского самостоятельного туризма психологический антагонизм к организованному, и, в особенности, коммерческому туризму. В результате (с учётом приведённого выше фактора) мы имеем дело с массовым появлением в природной среде людей самого широкого спектра мотиваций, в большинстве — с весьма условным туристским опытом, не сдерживаемых соображениями туристской этики, и безопасности, своей и чужой, о которых обычно не имеют понятия.

В-третьих, с развитием современных средств массовой информации и особенно сети Интернет, появился большой объём доступной и бесконтрольной информации об объектах туризма, путях их достижения, массой сопутствующей информации. Использование туристами и организаторами путешествий непроверенных данных, транслируемых в сеть предвзятыми, практически безответственными, лицами и структурами, «раскручивающими» территории, объекты туризма, коммерческие услуги, а зачастую — и откровенно фэйковой информации, создаёт дополнительные риски при проведении путешествий. Так в одной из туристских интерактивных систем навигации присутствует информация о возможности посещения музея, организованного на базе подводной лодки в г. Североморск. При этом информация о нахождении объекта в пределах закрытой для массового посещения территории транслируется навигатором только за 300 м до въезда на закрытую территорию.

Количество же случаев откровенно субъективного освещения в сети природных объектов и возможности их неподготовленного посещения (прохождения) вообще не поддаётся подсчёту. В следствие этого значительная часть прохождений на территориях, значительно отдалённых от места проживания самостоятельного туриста, происходит фактически в режиме первопрохождения, к чему современный массовый турист не подготовлен в принципе.

В-четвёртых, организованный туризм изменился кардинально с изменением источника финансирования от государственного к частому, изменилось соотношение форматов «организованный — самостоятельный — иные». Это закономерно привело к появлению (в наиболее массовых видах активного туризма) такого формата, как коммерческий. В настоящий момент только в Пермском крае количество коммерческих организаций, предлагающих отдых в виде активно-туристских путешествий, измеряется десятками, в то время

как государственное финансирование туризма осталось в виде грантов на проведение социально-значимых туристских мероприятий и реализуется эпизодически. Таким образом при доминировании в организованном туризме его коммерческой ветви существует и социальный организованный активный туризм. При этом, в современных условиях жесточайшего дефицита профессионального сопровождения туристов и систематической недооценки его важности, оказание как коммерческих, так и социальных туристских услуг отличается достаточно низким качеством, в том числе и в плане обеспечения безопасности путешествий.

В-пятых — укоренившиеся в результате эволюции активного туризма массовые стереотипы. Позволю себе привести лишь наиболее распространённые из них.

Стереотип 1: «Купил верёвку — пройдёшь стену» — доступность туристского снаряжения считается тождественной доступности прохождения технических препятствий, на преодоление которых оно рассчитано. Опасный вывод: подавляющее большинство технических препятствий безопасно проходимы и при наличии соответствующего снаряжения, осуществление прохождения не требует руководства, специализированной подготовки участников, постепенного нарастания сложности препятствий. При этом необходимость наличия элементарных навыков использования снаряжения во внимание не принимается. Иллюстрация — массовые случаи оверкилей, потери снаряжения и иного имущества, выпадение участников за борт и т.п. при реализации некатегорийных и низкокатегорийных майских сплавов в любом туристском районе РФ, при эксплуатации туристских судов, рассчитанных на категорию воду.

Стереотип 2: наличие в сети информации об объекте туризма означает его доступность и проходимость. Опасный вывод: автор поста (описания, отчёта и т.п.) посетил (доехал, прошёл, поднялся и т.п.), значит, может любой. При этом инвариантность условий — подготовка автора, изменчивость объективного состояния объекта, подробности организации посещения (прохождения) часто автором замалчиваются, а читателем — игнорируются. Иллюстрация — регулярные негативные впечатления при посещении урочища Каменный Город [4].

Стереотип 3: транспортная доступность объекта туризма означает его технико-туристскую доступность и проходимость. Опасный вывод: «Мы уже здесь, не ехать же обратно просто так», чем дальше и сложнее заброска к объекту, тем менее актуален вопрос о безопасности и технической доступности его посещения. Фактор снижения вероятности вмешательства

профессионалов в случае возникновения нештатной ситуации в следствие удалённости и труднодоступности объекта неподготовленным туристом во внимание не принимается, поскольку он вообще склонен приуменьшать объективную опасность. Иллюстрация — гибель туристки на Усьвинских столбах, 2021 г., удалённость объекта от расположения спасательной службы — 60 км [3].

Стереотип 4: «Что уже удалось — удастся всегда и любому», единичное удачное посещение (прохождение) объекта туризма (осуществлённое самим туристом или кем-либо ещё) означает, что никакой подготовки или организации подобное мероприятие не требует. Инвариантность условий прохождения обычно игнорируется, возможной изменчивостью объекта большинство туристов просто не интересуется. Пример — безрезультатность неподготовленных попыток некоторых туристов проникнуть в засифонную часть пещеры Геологов-2 или в заозёрную часть Пашийской пещеры.

Стереотип 5: проявление другими туристами интереса к тем же объектам и территориям означает, что наши туристские мотивации и уровень подготовки идентичны. Опасный вывод: восприятие и поведение человека в сети идентично его восприятию и поведению в реальной жизни. Следствие: эффективные формы самоорганизации признавались эффективными везде, независимо от типа туризма и специфики его объектов и субъектов. Иллюстрация: массовое распространение туристских мероприятий спонтанного характера с посещением природных объектов на территории Пермского края в 2004–2010 гг., около 3/4 которых осуществлялись с регулярным нарушением элементарных требований безопасности (нарушением контрольных сроков — при их назначении, преодолением простым лазанием вертикалей 3 м и выше, неорганизованным движением по курумным и скальным массивам с периодическими срывами и получением участниками лёгких и средних травм, прохождением взлётов и траверсов вертикальных высотных участков без страховки и т.д.).

Стереотип 6: туристские мероприятия, не имеющие выраженной спортивной мотивации участников, автоматически не имеют технической сложности. Опасный вывод: организация не спортивных туристских мероприятий (посещений, прохождений), руководство ими и участие в них не требует владения основами тактики и техники массовых видов активного туризма. Иллюстрация — организация и проведение большинства коммерческих водных мероприятий (прохождений) на реках Пермского края, включая безусловно категорийные сплавы в период паводка. [5, 6].

Очевидно, что неизбежным следствием названных стереотипов (повторю, что привёл только самые типичные) является массовое осуществление туристских мероприятий лицами, не имеющими значимого туристского опыта, без квалифицированного сопровождения и, как следствие, регулярное совершение туристами одних и тех же тактических и технических ошибок, повышающих вероятность возникновения нештатных ситуаций как минимум на треть.

В-шестых — новейшие форматы современного активного туризма. Как неизбежное следствие, в результате укоренения названных стереотипов возникла такая форма туризма, как спонтанный туризм. Фактически спонтанные туристские сообщества самопроизвольно возникают для осуществления единичного туристского мероприятия, после чего так же самопроизвольно распадаются и более не возникают с тем же составом участников. Связано это с тем, что в спонтанных туристских объединениях отсутствует общая туристская мотивация, согласованная тактика, функциональная структура группы, лидерство и руководство, в ходе мероприятия могут свободно меняться сроки прохождения и состав участников.

Данная форма туристской самоорганизации существует не только в активном, но и в других типах туризма — комбинированном и пассивном, где, скорее всего, и зародилась. В комбинированном и пассивном туризме, в которых решающая роль принадлежит инфраструктуре, эта самая инфраструктура достаточно эффективно амортизирует организационные огрехи спонтанных туристских мероприятий. Активный же туризм привязан к автономии туриста в природной среде, к возможному ограничению роли инфраструктуры в реализации содержательной составляющей туристских мероприятий, то есть в этом типе туризма по определению отсутствует система, купирующая возможные вредные последствия недобросовестной организации и самоорганизации, проявляющиеся именно в ходе туристских мероприятий, непосредственно при их реализации на местности.

Таким образом, в случае негативных последствий содержательной реализации туристского мероприятия в пространстве, какая бы то ни было ответственность (юридическая, морально-этическая) за эти последствия у участников спонтанных туристских сообществ, включая инициаторов их возникновения, практически отсутствует. Что при выраженной массовости активного туризма, как явления, создаёт потенциальную опасность, как для участников самих спонтанных групп, так и для других туристов, пользующихся теми же маршрутными коридорами.

На фоне положительной динамики популярности активного туризма сформировалось так же такое явление, как скрыто-коммерческий туризм. Суть явления следующая. В сети (форумы, социальные сети), значительно реже — при реальном общении туристов, образуются сообщества, ориентированные, в основном, на единичное для большинства пользователей участие в туристских мероприятиях, объединяемые, как правило, характером и географией привлекательного для посещения объекта.

Механизм формирования таких сообществ тот же, что и в спонтанном туризме, за исключением того, что инициатором их создания являются лица, фактически берущие на себя организацию и проведение туристского мероприятия, но преследующие при этом цели, в корне отличные от мотивации остальных участников сообщества. В большинстве случаев это получение денежной прибыли, реже — возможность посетить привлекательный объект с минимальными для себя затратами (за счёт остальных участников).

То есть, имеет место фактическое формирование и сбыт туристского продукта (трансфер, питание, групповое снаряжение, сопровождение на местности, завуалированное как равноправное участие). Максимальное удешевление организуемого мероприятия достигается за счёт качества услуг, не отвечающего никаким стандартам, даже для услуг, на которые стандарты существуют. При этом, мероприятие маскируется под спонтанное — позиционируется как некоммерческое, с равными правами и практически одинаковыми обязанностями всех участников, включая организатора, в названии сообщества в сети фигурирует идентификация мероприятия (например, «сплав по...», «путешествие в...») или слово «турклуб», либо близкое по значению.

Следует, однако, различать скрыто-коммерческий туризм и продвижение официального коммерческого продукта через социальные сети, индикатором скрыто-коммерческих сообществ является отсутствие в интернет-страничке сообщества официальных контактных данных, реквизитов, юридического адреса, так как их у организаторов нет. Таким образом, скрыто-коммерческие предложения либо похожи на продвижение официального туристского продукта (что придаёт им видимость продуманных и грамотно организованных туров), либо замаскированы под спонтанные, никого ни к чему не обязывающие беседы по интересам.

Последнее — маскировка под спонтанный туризм — и позволяет недобросовестным организаторам уходить от ответственности в случае неблагоприятного завершения туристского

мероприятия — вплоть до гибели участников. Так ответственность за гибель участницы восхождения на к. Ветлан была возложена на лицо, причастное к содержанию элемента инфраструктуры объекта туризма (лестницы), а не организатора поездки [7]. Так за гибель туристов в мае 2019 на сплаве по р. Вижай ответственности не понёс никто, поскольку не удалось доказать фактическое руководство группой ни одного фигуранта происшествия, а обсуждение в сети производилось именно в режиме спонтанной беседы (официальных критериев, для разведения понятий «обсуждение» и «организация» на данный момент не существует). Так практически не представляется возможным привлечение к ответственности организаторов тура на Усьвинские Столбы в феврале 2021 г., окончившегося гибелью участницы, поскольку видимая часть подготовки мероприятия происходила в сети и мероприятие, с отчётливо выраженной целенаправленной организацией и обеспечением было настолько успешно выдано за спонтанное, что даже его участники искренне отрицают факты и организованности мероприятия и фактическое руководство группой [8].

В седьмых — фактическая гибель системы туристских клубов — некоммерческих общественных организаций, традиционно ориентированных в основном на спортивный туризм (за который организаторам сравнительно просто отчитываться, учитывая возможность получения званий, разрядов, участия в соревнованиях, получения призовых мест, спортивных наград и др.) и зависящих, прежде всего в финансовом отношении, от своих учредителей — предприятий, территориальных администраций, учебных заведений и т.п.. Следствием практически полной ликвидации системы турклубов является уже упоминавшийся разрыв преемственности туристских поколений — большая часть системы живой передачи опыта и традиций в активном туризме на текущий момент в России утрачена. Таким образом, отечественная туристская общественность фактически утратила существовавший десятилетиями механизм саморазвития и внутреннего контроля. Активный туризм лишился полуспонтанно существовавшей системы формирования и совершенствования кадров, жесточайшая нехватка которых сейчас наблюдается в наиболее социально значимых его форматах — организованном (и социальном и коммерческом) и самодетельном (включая краеведение и обучающий активный туризм) [9].

Наконец, в-восьмых — неэффективно организованный контроль функционирования и развития активного туризма. Общественный контроль в активном туризме в настоящее время неэффективен: МКК контролируют

лишь спортивный туризм — в массе это 15–20% участников туристских мероприятий. Турклубы и подобные им общественные организации в силу своей малочисленности свою контролируемую (как и образовательную) роль фактически утратили. Коммерческий туризм в силу своей характерной специфики и на фоне несовершенства государственного регулирования активного туризма влиять на стратегию его развития не способен (и не заинтересован в этом). Государство же, видимо в силу нехватки на решающих ролях и уровнях специалистов в данной области стремится контролировать активный туризм с помощью обобщённо-ограничительных мер. Так вместо возрождения (в грамотно реорганизованном виде) туристской контрольно-спасательной службы её функции отданы территориальным подразделениям МЧС, либо муниципальным спасательным службам территорий — структурам приоритетные задачи которых не связаны с туристской практикой. Поэтому эффективность такого контроля весьма сомнительно. Так система регистрации туристов (при высоком профессионализме реагирования на любые ЧС, включая туристские) построена негибко, формы её неудобны (порой просто унижительны), чем и отпугивают около 90% пользователей [10]. О негибкости централизованного регулирования говорит, например, тот факт, что любая реакция государственных структур на необходимость профилактики ЧС, связанных с активным туризмом, особенно уже после возникновения локальной ЧС, практически всегда начинается с формальных запретов.

Более того, поставленное перед необходимостью контроля безопасности активного туризма (прежде всего коммерческого) государство начинает не со стандартизации и сертификации кадрового обеспечения организованных путешествий, а с декларирования необходимости профессионального сопровождения туристов на категорийных маршрутах, абсолютно игнорируя три момента, делающие это ограничение эффективным лишь для мизерной части общего массива объектов туризма.

1. Отсутствие внятного профессионального стандарта: кто и в соответствии с чем может и должен проектировать туристский продукт, кто — допускать его к эксплуатации, кто и каких случаях — сопровождать туристов. Существующие законы отличаются на этот счёт весьма размытыми формулировками и фактически ничего не контролируют.

2. Попытка государства снизить вероятность ЧС путём декларирования обязательности профессионального сопровождения туристов на категорированных маршрутах не выдерживает критики. Связано это прежде всего с тем,

что категорированные маршруты всегда составляют менее 1/3 эксплуатируемых маршрутных коридоров территории, внесение же в реестр всех потенциально опасных посещаемых объектов попросту невозможно.

3. Массовый активный туризм не тождествен спортивному и в силу специфики первого для обеспечения безопасности нужно не спортивное категорирование маршрутов (маршрутных коридоров), а оценка потенциальной опасности локальных объектов, в т.ч. — не имеющих категории трудности. Связано это со спецификой современного массового активного туризма. В настоящее время мы в массе имеем дело не с туристом-спортсменом, а с неподготовленным энтузиастом, которому для возникновения нештатной ситуации и её развития в локальную ЧС НЕ НУЖНЫ техническая сложность препятствия или катастрофическое изменение среды.

Выводом из констатированного выше и адекватной реакцией на вложившуюся в активном туризме ситуацию, видимо можно считать следующее.

В проектировании и проведении организованных туристских прохождений профилактикой ЧС в большинстве случаев является профессиональное сопровождение туристов — прямое и опосредованное.

Для любой туристской территории, независимо от её размеров и локализации целесообразно выявление и обозначение на местности наиболее потенциально опасных участков (объектов) включая разработанные индивидуально для каждого участка (объекта) рекомендации по их посещению (прохождению).

Критерием для признания потенциальной опасности локального объекта туризма должны служить исключительно его индивидуальные особенности, например: высота (прежде всего — относительная), гидрологическая ситуация и гидрологический режим (для водных или обводняемых объектов), механическая устойчивость объекта в целом и его частей (склонов, осыпей и т.д.), микроклиматические особенности, обвало-осыпеопасность и пр.

Сведения о потенциальной опасности природных объектов туризма (их частей, участков) должна размещаться в общедоступных массовых источниках информации и достаточно часто актуализироваться.

Субъективные сведения о природных объектах туризма на форумах и в социальных сетях, включая фото- и видеоматериалы должны профессионально анализироваться и модерироваться, как минимум обозначаться как субъективные и не являющиеся руководством к действию.

Необходимо скорейшее профессиональное совершенствование законодательной базы в направлении регулирования проектирования

продукта в активном туризме, прямого сопровождения активных туров, организации их опосредованного сопровождения, включая информационное аварийно-спасательное, связь и навигацию.

Необходимо создание сети общественных организаций (аналог турклубов), ориентированных на развитие самостоятельного активного туризма, краеведческую и туристско-просветительскую деятельность.

Мичурин Сергей Борисович,

к.геогр.н., доцент кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета;
michura2004@rambler.ru

Библиографический список

1. Мичурин С.Б., Мичурина П.С. Урочище Каменный город: негативный опыт новейшего туристского освоения, постановка проблемы// География и туризм. 2020, №2 (6), С. 116-120.
2. Мышлянцева С.Э., Брюхова В.А., Воронцова Ю.В., Дружинина Ю.А., Мельников М.А., Мельников В.Е., Останин В.С., Смирнов В.Е. Каменный город: мониторинг туристских потоков. География и туризм. 2021. №1 (7), С. 71-78.
3. Организатору похода к Усьвинским столбам, в время которого погибла туристка, предъявили обвинение// URL: <https://59.ru/text/incidents/2022/03/28/70625870/> (дата обращения 02.09.2022).
4. Мичурин С.Б. Новейшие проблемы и тенденции активного туризма в пермском крае// География и туризм. 2021. № 1 (7), С. 67-70.
5. В Прикамье во время сплава по реке Вижай погибли два туриста// URL: <https://regnum.ru/news/2627406.html> (дата обращения 02.09.2022).
6. Два человека погибли на сплавах в Пермском крае // URL: <https://iz.ru/877074/2019-05-11/dva-cheloveka-pogibli-na-splavakh-v-permskom-krae> (дата обращения 02.09.2022).
7. Прокуратура Прикамья проверила гибель пожилой туристки на Ветлане// URL: <https://v-kurse.ru/2016/01/26/123710> (дата обращения 02.09.2022).
8. «Мечтала покорить Эверест». Друзья рассказали о погибшей на Усьвинских столбах туристке из Тюмени// URL: <https://www.perm.kp.ru/daily/27239.5/4367541/> (дата обращения 12.09.2022).
9. Сморгачев В.Ю., Тазутдинова А.И., Дерзавец С.В. Современное состояние и проблемы развития деятельности туристских клубов России // Современные проблемы науки и образования. — 2021. — № 6. ; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=31317> (дата обращения: 15.09.2022).
10. МЧС России // https://forms.mchs.gov.ru/registration_tourist_groups // URL: (дата обращения: 15.09.2022).

А. Д. Дьячкова

Московский государственный университет

УДК 910.3

ЛЫЖИ В КУЛЬТУРЕ НАРОДОВ СЕВЕРНОЙ ЕВРАЗИИ

В статье на основе археологических данных и упоминаний в письменных источниках рассматривается история возникновения лыж и их роль в повседневной жизни народов, проживавших в различных регионах Северной Евразии. Лыжи имеют богатую историю. Археологические находки свидетельствуют о том, что они были изобретены тысячи лет назад. В различных районах Северной Евразии учеными были найдены древние наскальные рисунки с изображением лыжников и прообразы современных лыж. В то время они были одним из орудий труда, которое помогало человеку выживать в суровых природных условиях. Впоследствии функция лыж менялась, так появился лыжный спорт. Важность навыка езды на лыжах можно подтвердить тем, что образ лыж нашел свое отражение в культуре: народном эпосе, литературе, живописи. Особую роль лыжи имели в скандинавском регионе, поэтому в культуре этих народов даже существовали боги-покровители лыжного спорта. Поэтому в задачи исследования входит изучение истории появления лыж, выявление причин их создания, анализ упоминаний лыж в мифологии и летописных источниках.

Ключевые слова: лыжи, народы Северной Евразии, беломорские петроглифы, скандинавская мифология, культурная география.

A. D. Diachkova

Moscow State University

SKIS IN THE CULTURE OF NORTHERN EURASIAN PEOPLES

The article deals with the history of the skis origin and its role in the everydaylife of the Northern Eurasian peoples on the basis of archaeological data and written sources. The skis have a rich history. The archaeological findings show that they were invented thousands of years ago. Scientists have found ancient cave paintings depicting skiers and specimens of ancient skis in different regions of Northern Eurasia. At that time skis were a working tool which allowed people to survive harsh environmental conditions. Later the function of skis changed, so skiing appeared. The importance of skiing skill can be confirmed by the fact that the image of skis has been reflected in the culture: in the popular epos, literature and the fine arts. Skis had a discrete role in the Scandinavian region, that is why in the culture of these peoples there were Gods of skiing. Consequently, the objectives of the research are the examination of skiing history, the discovery of reasons for skis' invention, the analysis of mythology and chronicles.

Keywords: skis, Northern Eurasian peoples, White Sea petroglyphs, Norse mythology, cultural geography.

Когда мы говорим о культуре и проводим исследования в рамках культурной географии, то вспоминаем прежде всего о живописи, архитектуре, литературе и других видах искусства. При этом мы забываем о культуре физической, хотя на протяжении истории спорт играл важную роль в развитии народов мира. Многие виды спорта изначально были созданы не для того, чтобы состязаться в силе, ловкости и выносливости. Зачастую древний человек придумывал приспособления, которые помогали выживать в суровых климатических условиях. Однако впоследствии эти изобретения стали инвентарем для занятий спортом.

Сегодня лыжи — это не только один из видов спорта, но и популярный зимний досуг. Занятия спортом — это залог здорового образа жизни. Физическая активность является хорошим способом снятия стресса после рабочих будних. Это можно сказать о таком спортивном инвентаре, как лыжи, которые были созданы человеком многие тысячелетия назад, чтобы иметь возможность быстрее передвигаться в условиях севера.

Однако подавляющее большинство исследований посвящено изучению спортивной составляющей лыж, а именно изучению и разработкам новых методов подготовки лыжников-гонщиков. Одной из немногих работ,

посвященных лыжному спорту как культурному феномену, стала статья Б.Б.Родомана «Женские лыжные походы». В ней автор описывает лыжный поход 1971-1989 гг., в которых он сам принимал участие [12].

Использования лыжного инвентаря в повседневной жизни имеет широкую географию. В древние времена лыжи использовали в разных регионах Евразии, от Скандинавии до Алтая. Однако ввиду различных природных условий внешний вид лыж, процесс их изготовления и методы езды на них могли заметно отличаться.

Точная дата и место изобретения лыж неизвестны. Однако известно, что лыжи — одно из самых древних изобретений человека. Исследователи приходят к таким выводам, исходя из имеющихся археологических данных — это, прежде всего, наскальные рисунки древнего человека и найденные прообразы современных лыж. Задолго до нашей эры лыжи применяли народы, проживавшие в Скандинавии, Сибири, на Урале и Алтае.

Первыми приспособления для передвижения по снегу, которые придумал древний человек, стали ступающие лыжи, или снегоступы. Это были ракетобразные или овальные лыжи для более легкого передвижения по глубокому снегу [1, с. 9].

Позднее появились лыжи-башмаки, которые затем приняли вытянутую форму скользящих лыж. Скользящие лыжи позволили облегчить передвижение по снегу, при этом значительно увеличилась скорость.

Наскальные рисунки с изображением лыжников, найденные археологами, свидетельствуют о том, что лыжи были изобретены несколько тысячелетий назад. Так, возраст изображения лыжника с луком, найденного в городе Альта на севере Норвегии, может составлять от 3000 до 7000 лет [9].

Изображения лыжников также найдены в Швеции. Там лыжник тоже изображен с луком, что говорит о том, что лыжи использовали во время охоты. По снегу на лыжах передвигаться гораздо проще и намного быстрее, что помогало в охоте на крупного быстрого зверя, например, на оленя. Кстати, в Альте изображен лыжник, который, по всей видимости, охотится на оленя.

В России изображения лыжников обнаружены на территории Карелии. Это так называемые беломорские петроглифы. Их относят к неолитической эпохе, что говорит о том, что лыжи были изобретены первобытным человеком за много тысяч лет до нашей эры. Притом, судя по этим рисункам, тогда уже были скользящие лыжи [5].

Таким образом, лыжи были изобретены человеком примерно 7000 лет назад.

Их изначальной функцией было передвижение по глубокому снегу в суровых условиях севера. Первыми лыжи стали ступающие лыжи, или снегоступы. Позднее лыжи стали более похожими на современный инвентарь. Это скользящие лыжи. Наскальные изображения лыжников говорят о том, что лыжи использовали во время охоты.

В XX веке в ходе раскопок в Великом Новгороде археологом Арциховским А.В. были найдены древние русские лыжи. По мнению Арциховского скоростные лыжи современного типа — это русское изобретение, поскольку найденная его экспедицией лыжа была обнаружена в слое XIII века [10, с. 29]. По описаниям археологов, эта лыжа схожа по конструкции с современными лыжами: ее длина — 1.92 метра, ширина — 8 см, ее конец заострен и загнут вверх.

Однако в 2014 году в Норвегии, в округе Иннландет на юге страны, были найдены лыжи, которые считаются древнейшими лыжами в мире. Исследователи утверждают, что их возраст составляет 1300 лет. Проведя радиоуглеродный анализ, ученые датировали находку 750 г. до н.э. В 2014 году была найдена одна лыжа, ее пара была найдена совсем недавно в конце сентября 2021 года по причине того, что долгое время она была скрыта под слоем снега и льда [4]. Как и новгородская лыжа, лыжи, найденные в Норвегии схожи по конструкции с современными лыжами. Их длина составляет 187 см, ширина — 17 см. К тому же эти лыжи имеют борозду, как на современных лыжах.

Рядом с лыжами в Норвегии были найдены предметы, применявшиеся охотниками, поэтому эти лыжи могли принадлежать охотнику. Однако эта находка была сделана на горной тропе, которая в древние времена была одной из транспортных артерий, что может говорить о том, что лыжи были оставлены неким путником.

Таким образом, новгородские и норвежские лыжи примерно одинаковы по длине, но по ширине они существенно отличаются. Норвежская лыжа значительно шире, что делало ее более удобной для передвижения по глубокому снегу. Новгородские лыжи, найденные экспедицией Арциховского уже, следовательно передвижение на них было более быстрым.

Упоминания о лыжах содержатся в народном эпосе (мифах, легендах, преданиях, скандинавских сагах, сказках), где не только рассказывается о лыжах как об инвентаре, но и описывается процесс их изготовления, ухода за ними.

Так, например, в тринадцатой руне карело-финского эпоса «Калевала» говорится,

как Лемминкяйнен (воинственный чародей, весельчак и соблазнитель женщин) просит дочь у хозяйки Похъёлы, которая ставит ему условие, чтобы он достал лося Хийси (дух леса). Тогда Лемминкяйнен начинает готовиться к охоте на Хийси. Для охоты он использует лук и стрелы, а для передвижения по лесу — лыжи:

*Насадил я быстрый дротик,
Заготовил стрел для лука,
Тетиву уж натянул я,
Остается мне немного
Позаботиться о лыжах [6, с. 152].*

Для ухода за лыжами использовали оленьё сало. По всей видимости, это улучшало скольжение, а значит, и скорость передвижения увеличивалась, что помогало во время охоты, когда нужно было догнать быстрого зверя.

*Вырезает лыжи в осень,
Их обтачивает в зиму,
День один строгают палку,
День другой — кольцо упора.
Лыжа левая готова,
Лыжа правая за нею,
Приготовлены и палки,
И приложены к ним кольца,
И ценою палка с выдру,
А колечко — с лисью шкуру,
Жиром лыжи он намазал,
Мажет их оленьим салом... [6, с. 153]*

В скандинавской культуре лыжи занимают особое место. Прежде всего, это связано с тем, что эти территории расположены на севере, и снежный покров сохраняется здесь большую часть года. В древние времена лыжи помогали выживать, так как они помогали передвигаться и охотиться. У скандинавов даже появились боги охоты, атрибутом которых стали лыжи. Это нашло свое отражение в скандинавских мифах и сагах.

Так, в скандинавской мифологии существуют боги-покровители охоты Скади и Ульв. В мифах и сагах их изображали с луком и стрелами. Упоминание о богине Скади содержится в «Саге об Инглингах»: «Родился сеятель злата у всеотца с великаншей. Когда были дика-лыжница и родич Асов женой и мужем. Там вдвоем породили многих сынов Один и Скади» [13, с. 8]. Об Улле говорится, что он прекрасный охотник и что никто не может сравниться с ним в катании на лыжах, никто не может состязаться с ним в скорости. Упоминание о нем содержится в «Младшей Эдде»: «Ульв — имя сына Сив, пасынка Тора. Он так хорошо стреляет из лука и ходит на лыжах, что никому не под силу с ним состязаться. Он к тому же прекрасен лицом и владеет всяким военным искусством. Его хорошо призывать в единоборстве» [14, с. 26].

Впоследствии лыжи стали использоваться во время военных походов, о чем

свидетельствуют живописные изображения и упоминания в летописных источниках. Так, существует картина норвежского художника Кнуда Бергслина под названием «Биркебейнеры», полное название — «Биркебейнеры Торстейн Скевла и Скъервальд Скрукка спасают на лыжах будущего короля Норвегии Хокона IV Хоконссона». Работа была написана в 1869 году. Действие картины происходит в эпоху гражданских войн в Норвегии в XII-XIII вв. Причиной гражданской войны в Норвегии стал социально-политический кризис, в результате началась борьба между двумя группировками — лендрманами, которых возглавил король Магнус, и биркебейнерами под командованием самозванца Сверрира. Биркебейнеры были выходцами из низов, представители деклассированных слоев населения [2, с. 147].

Исходя из полного названия картины, можно сказать, что она рассказывает о событиях XIII, когда шла борьба за власть между теми же биркебейнерами и баглерами, которые были представителями высоких церковных чинов и богатыми землевладельцами. Именно после этого периода гражданских войн королем Норвегии стал Хакон IV, внук Сверрира, которому впоследствии удалось самому закрепиться у власти и окончательно закрепить на престоле династию Инглингов, основанную его дедом [2, с. 152]. На картине можно рассмотреть, что воин, изображенный на переднем плане, держит на руках ребенка, которого он закрывает своим щитом. Скорее всего, это и есть будущий король Норвегии, который войдет в историю как Хакон IV Старый.

Видно, что воины-биркебейнеры хорошо владеют умением езды на лыжах. Художник хорошо показал, как они на всей скорости мчатся через лес, чтобы спасти будущего короля. При этом в руках они держат оружие, в любой момент они готовы вступить в бой с противником.

Упоминание о русском военном лыжном батальоне содержится в Никоновской летописи. В тексте говорится о военном походе мордвы на помощь Рязани. В ходе этого похода использовались лыжи. Произошло это в 1444 году во время сражения на реке Листань, когда царевич Мустафа решил осуществить поход на Русь. Первой на его пути оказалась Рязань. Когда об этом узнал князь Василий Васильевич, он приказал отправить на помощь Рязани войско, состоящее в том числе из мордвы. «И приидоша на них Мордва на ртах (лыжах) с сулицами и с рогатинами и с саблями, а казаки рязанские тако же на ртах с сулицами и с рогатинами и с саблями» [15, с. 61-62]. С этим событием связана легенда о том, что когда мордва

пришла на место сражения, то воины воткнули лыжи в снег. Татары же подумали, что это были копья. Так как лыж было много, они подумали, что и воинов много, поэтому они ушли, и сражение не состоялось.

О том, что на Руси лыжи использовали в ходе военных походов свидетельствует и картина С. В. Иванова «Поход москвитян. XVI век». Картина была впервые представлена на выставке объединения «36 художников» в 1903 году. Это работа позднего периода творчества Иванова, когда его привлекала тема русского народного характера [11], который, по мнению художника, был главной движущей силой истории. Именно это художник и пытался показать, изображая на полотне поход времен Ивана Грозного.

Сергею Иванову удалось ярко изобразить силу и могущество русского духа, благодаря которому лыжная рать Ивана Грозного стремительно спускается с горы на лыжах, не страшась ни лютого мороза, ни своего врага.

На картине изображены воины, которые передвигаются на лыжах. В качестве оружия они используют копья и, по всей видимости, копья для них играют и роль своеобразных лыжных палок, поскольку, судя по картине, некоторые из воинов толкаются своим копьем. При этом воины-лыжники изображены на переднем плане картины, в то время как на заднем плане можно рассмотреть конницу. То есть делается акцент именно на использование лыж в военных действиях в зимний период. Скорее всего, передвигаться на лыжах в условиях, когда все занесено снегом было гораздо удобнее, чем на лошади и тем более пешком, особенно когда снег был довольно глубоким, из-за чего возникала опасность провалиться.

Как уже отмечалось, внешне лыжи могли отличаться от региона к региону. Это связано прежде всего с особенностями климата и тем, для чего лыжи использовались. О подобных различиях свидетельствуют многочисленные записки путешественников, в которых описаны лыжи некоторых народов, проживавших в разных частях Евразии.

Описание лыж XVIII века, которыми пользовались северные народы России содержится в этнографических наблюдениях Г. Р. Державина на Русском севере. В 1781 году Державин был назначен губернатором Олонецкой губернии. В Карелии он прожил до 1785 года. За это время он смог собрать много интересной информации о политическом, культурном и экономическом развитии этого региона, в частности его интересовали исторические и этнографические сведения. Свои наблюдения Державин зафиксировал в «Поденной

записке», в которой он и описывает лыжи народов Русского Севера. Гавриил Романович отмечает интересную особенность лыж, использовавшихся в Карелии. Эта особенность заключается в том, что левая и правая лыжи отличались друг от друга. Во-первых, лыжи могли быть сделаны из разных пород древесины, при этом одна лыжа обязательно должна была быть сделана из березы. Во-вторых, правая лыжа в отличие от левой была подбита мехом, это так называемые камусовые лыжи. Камус — это шкура с голени животных, в основном семейства оленевых. Мех препятствовал скатыванию при подъеме в гору. То есть мех — это некий аналог современной мази держания, которую сегодня используют профессиональные лыжники для отталкивания при классической технике передвижения. «Голая» лыжа в отличие от камусовой позволяла набрать высокую скорость для погони за зверем во время охоты. *«По причине глубоких снегов лопляне на лошадях не ездят, но употребляют для перехода дальних расстояний шукши (лыжи), из коих одна длиною в четыре аршина, шириною же в три вершка и всегда бывает березовая, другая же бывает из разного дерева и длиною в три аршина, ширины же равная с первой. Березовая шукша надевается на левую ногу, низ под оной выстроган, посередине же выдолблен во всю длину лыжи желобок; она употребляется по свидетельству их для удобного раската, и гоняющиеся за зверьми подбивают весь испод правой мехом, дабы шерсть при восходе на гору, противостоя, скатываться препятствовала. Посередине для ноги делается род колодки и, чтобы она прямо стояла, привязывают к задку из вицы или кожи петлю и застегивают ногу. Шукши сии во всем сходствуют с употребляемыми на льду коньками, исключая, что идущий на оных подпирается палкою с кружком на конце, палка сия препятствует шукшам погрязать в снегу. В морозный ясный день перебегают на оных до 70 верст», —* пишет Державин [3].

Степан Петрович Крашенинников, русский путешественник, географ, этнограф, описал лыжи, которыми пользовались жители Сибири, проживавшие на реке Витим и занимавшиеся соболиным промыслом. В Сибири лыжи делали уже не из березы, а из ели и подбивали берестой, чтобы предотвратить налипание снега во время передвижения. Такие лыжи Крашенинников описывает в своем труде «Описание земли Камчатки», седьмая глава второй части которого посвящена витимскому соболиному промыслу. *«Лыжи делаются еловые наподобие обыкновенных лыж, длиною в 2 аршина, а шириною наперед в 5, а позади в 6 вершков...*

На верхней стороне посредине лыж выделяются из того же дерева подласы, то есть место, где ногам стоять, вышиною в пол вершка, и покрываются берестой, чтоб к ним не приставал снег. Наперед оных. подласов продеваются кухмоны или деревянные путка, и привязываются к подласам ремнями, а по их названию оттугами, чтоб они крепко стояли. Да наперед-ж у подласов продеваются иные ремни, называемые юксы, которые на пяты надеваются» [8].

Стоит отметить, что образ лыж нашел свое отражение в русской поэзии. Так, в 1906 году Александр Блок написал стихотворение «Сольвейг».

*Сольвейг! Ты прибежала на лыжах ко мне,
Улыбнулась пришедшей весне!
Жил я в бедной и темной избушке моей,
Много дней, меж камней, без огней.
Но веселый, зеленый твой глаз мне блеснул —
Я топор широко размахнул!
Я смеюсь и крушу вековую сосну,
Я встречаю невесту — весну!
Пусть над новой избой
Будет свод голубой —
Полно соснам скрывать синеву!
Это небо — твое!
Это небо — мое!
Пусть не даром я гордым слыву!
Жил в лесу, как во сне,
Пел молитвы сосне,
Надо мной распростершей красу.
Ты пришла — и светло,
Зимний сон разнесло,
И весна загудела в лесу!
Слышишь звонкий топор?
Видишь радостный взор,
На тебя устремленный в упор?
Слышишь песню мою? Я крушу и пою
Про весеннюю Сольвейг мою!
Под моим топором, распевая хвалы,
Раскачнулись в лазури стволы!
Голос твой — он звончей песен
старой сосны!
Сольвейг! Песня зеленой весны! [7].*

В данном стихотворении поэт описывает образ Прекрасной дамы, которая приходит к нему на лыжах. Ее приход ассоциируется у лирического героя с наступлением весны, то есть с возрождением жизни, пробуждением после весны, когда просыпается не только природа, но и душа человека.

Таким образом, лыжи занимали особое место в истории и культуре северных народов Евразии. Человек начал применять этот инвентарь за много тысячелетий до нашей эры. Лыжи помогали охотиться, добывать пищу и просто перемещаться в суровых климатических условиях, когда большую часть года земля покрыта

толстым слоем снега. Это нашло свое отражение как в летописных источниках, так и в мифологии и художественных произведениях.

Дьячкова Александра Дмитриевна,

студентка кафедры региональных исследований и международных отношений Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова;
alexa.djachkova@yandex.ru

Библиографический список

1. Баталов А. Г., Раменская Т. И. Лыжный спорт: Учебник [Текст] / А. Г. Баталов, Т. И. Раменская. М.: Издательство "Физическая культура", 2005. 320 с.
2. Гуревич А. Я., Кан А. С., Роздородный И. П., Рогинский В. В. История Норвегии: Учебник [Текст]. М.: Наука, 1980. 713 с.
3. Державин Г. Р. Поденная записка. URL: <http://www.derzhavin-poetry.ru/books/derzhavin-v-karelii6.html> (Дата обращения: 07.03.2022).
4. Журнал National Geographic. URL: <https://nat-geo.ru/science/history/v-norvegii-najdeny-drevnejshie-lyzhi/> (Дата обращения: 06.11.2021).
5. Зарождение лыж в России. URL: <http://www.flgr.ru/flgr/history/1.html> (Дата обращения: 02.03.2022).
6. Калевала. Перевод Л. Бельского [Текст]. М.: Издательство «Художественная литература», 1977. 587 с.
7. Культура.рф. Блок А. А. Сольвейг. URL: <https://www.culture.ru/poems/421/solveig-ty-pribezhal> (Дата обращения: 10.04.2022).
8. Крашенинников С. П. Описание земли Камчатки. URL: <http://www.rgo-sib.ru/book/geo/58.htm> (Дата обращения: 02.03.2022).
9. Лобанова Н. В. Антропоморфные образы в наскальном искусстве Северной Фенноскандии // Труды КарНЦ РАН. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antropomorfnye-obrazy-v-naskalnom-iskusstve-severnoy-fennoskandii> (Дата обращения: 10.04.2022).
10. Материалы и исследования по археологии СССР. [Текст] / А. В. Арциховский, Б. А. Колчин // Труды новгородской археологической экспедиции, Т. 1. М.: Издание академии наук СССР, 1956. 249 с.
11. Моя Третьяковка. URL: <https://my.tretyakov.ru/app/> (Дата обращения: 30.03.2022).
12. Родоман Б. Б. Женские лыжные походы [Текст] / Б. Б. Родоман // География и туризм: научный рецензируемый журнал, выпуск 2/2021. Пермь: ПГНИУ, 2021.
13. Стурлусон С. Круг Земной: Перевод А. Я. Гуревич, Ю. К. Кузьменко, О. А. Смирницкая [Текст] / С. Стурлусон. М.: Издательство «Наука», 1980. 541 с.
14. Стурлусон С. Младшая Эдда [Текст]. Ленинград: Издательство «Наука» / Ленинградское отделение, 1970. 111 с.
15. Полное собрание русских летописей, Т. 12. Спб.: Типография И. Н. Скороходова, 1901. 266 с.

Л. А. Галачиева, В. В. Ваниева

Владикавказский Орден Дружбы народов политехнический техникум

УДК 379.852

УЧЕБНЫЕ ЭКСКУРСИИ ПО ДИГОРСКОМУ УЩЕЛЬЮ РСО-АЛАНИЯ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ

В статье рассматривается учебная экскурсия студентов отделения «Туризм» Владикавказского Ордена Дружбы народов политехнического техникума (ВОДНПТ), совершенного в Дигорское ущелье Северной Осетии, по экологической тропе, созданной в национальном парке «Алания». Студентам представилась возможность прикоснуться к дикой природе горной Дигории, увидеть уникальные ландшафты, бурные реки, многочисленные водопады, редкие и краснокнижные растения Осетии, изучить историко-культурное наследие горцев-осетин (старинные башни, кошары, старые дороги, каменные ограды). При подготовке к учебной экскурсии студенты 2–3 курсов собирали и изучали географический, исторический материал, познакомились с топонимикой природных объектов, легендами и мифами о наиболее интересных достопримечательностях Дигории. Вооружившись теоретическими знаниями о Дигорском ущелье, они поехали на экскурсию, чтобы воочию увидеть, сфотографировать, записать и использовать полученные знания и впечатления при написании отчета по практике и индивидуального текста экскурсовода по маршрутам в горную Дигорию. Учебная экскурсия способствовала развитию экологического воспитания и повышению экологической культуры. Такие поездки студентами и преподавателями техникума совершаются систематически во все ущелья республики. Студенты пополняют багаж знаний о республике, учатся проводить экскурсии, собирают материал для написания дипломных работ и будущей работы в сфере туризма.

Ключевые слова: Дигорское ущелье, учебная экскурсия, экологическая тропа, экологическая культура, национальный парк, водопад.

L. A. Galachieva, V. V. Vanieva

Vladikavkaz Order of Friendship of Peoples Polytechnic College

EDUCATIONAL EXCURSIONS TO THE DIGOR GORGE OF THE REPUBLIC OF NORTH-ALANIA AND THEIR ROLE IN THE FORMATION OF THE ECOLOGICAL CULTURE OF STUDENTS

The article deals with a study tour of students of the Department of Tourism of the Vladikavkaz Order of Friendship of Peoples of the Polytechnic College (VODNPT), made in the Digor Gorge of North Ossetia, along the ecological path created in the National Park «Alania». Students had the opportunity to touch the wild nature of mountain Digoria, see unique landscapes, turbulent rivers, numerous waterfalls, rare and Red Book plants of Ossetia, study the historical and cultural heritage of ossetian mountaineers (ancient towers, koshars, old roads, stone fences). In preparation for the study tour, students of 2–3 courses collected and studied geographical, historical material, got acquainted with the toponymy of natural objects, legends and myths about the most interesting sights of Digoria. Armed with theoretical knowledge about the Digor Gorge, they went on an excursion to see, photograph, record and use the knowledge and impressions gained when writing a report on the practice and an individual text of the guide on the routes to mountain Digoria. The educational excursion contributed to the development of environmental education and the improvement of ecological culture in nature, careful attitude to it. Such trips by students and teachers of the technical school are made systematically to all the gorges of the republic. Students replenish the baggage of knowledge about the republic, learn to conduct excursions, collect material for writing theses and future work in the field of tourism.

Keywords: Digorskoe gorge, educational excursion, ecological trail, ecological culture, national park, waterfall.

Основная задача средних специальных учебных заведений, в частности, ВОДНПТ — подготовка студентов к предстоящей трудовой деятельности, которая включает в себя, с одной стороны, вооружение основами знаний, необходимых на практике, с другой — формирование профессиональных умений и навыков. Для достижения этих целей, наряду с традиционными занятиями в техникуме, на отделении «Туризм», в рамках изучения дисциплины «Технология и организация экскурсионных услуг», проводятся учебные экскурсии по городу, музеям, паркам Владикавказа, горным ущельям как своей, так и сопредельных республик Северного Кавказа, которые способствуют расширению кругозора студентов и повышению заинтересованности в освоении будущей профессии. В процессе учебных экскурсий идет накопление краеведческого материала по региону. Перед экскурсией преподаватель знакомит студентов с местом экскурсии, целью посещения, т.е. создает мотивацию студентов для успешной познавательной деятельности, проводит инструктаж по технике безопасности.

Учебные экскурсии являются одной из наиболее эффективных форм ознакомления с природой, дают возможность студентам в естественной обстановке получать знания, информацию о природных объектах и явлениях, способствуют экологическому образованию и повышению экологической культуры поведения в природе, воспитанию бережного отношения к природе т.к. на экскурсии они имеют возможность познавать окружающий мир, знакомиться с природными объектами и процессами и учатся бережному отношению к природе родного края.

Территория Северной Осетии уникальна для проведения экскурсий и походов, создания эколого-туристских маршрутов и троп, т.к. располагает мощным потенциалом ресурсов (природных, историко-культурных). Привлекательными являются рельеф, сложное геологическое строение местности, водные объекты, памятники природы, разнообразие растительности и животного мира, многочисленные археологические и историко-архитектурные объекты (старинные башни, оборонительные сооружения) и др.

Особый интерес в этом плане представляют особо охраняемые природные территории (ООПТ), которые являются основой не только для сохранения природного наследия и развития науки, но также для экологического образования населения. В них с большим успехом можно проводить стажировки специалистов, семинары для учителей

и преподавателей вузов, экскурсии школьников, практику студентов, конечно, без нанесения ущерба природным комплексам ООПТ [5]. Незабываемая красота горных ландшафтов, диких скал, теснин, ущелий, бурных рек, водопадов, альпийских лугов позволяет формировать достаточно много туристских умений, навыков и оставляет неизгладимый след в душе путешественников.

По территории Северной Осетии, особенно в ее предгорной и горной части, проходило и проходит большое количество всероссийских и местных туристско-экскурсионных маршрутов, ежегодно Осетию посещают большое количество туристов и вмешательство в природу большого количества людей даже при аккуратной дисциплине непременно сказывается на экологическом состоянии окружающей природы. А из-за низкой экологической культуры большинства туристов загрязняются хрупкие горные экосистемы. Мусор (пластиковые и стеклянные бутылки, консервные банки и пр.) сбрасывается в реки, балки и овраги, по пути следования самостоятельных туристов, складывается на многочисленных несанкционированных свалках. Увеличивается также количество кострищ для приготовления пищи, погубленных деревьев и кустарников.

В такой ситуации необходимы мероприятия для сохранения природно-ресурсного потенциала для будущих поколений путем создания экологических троп в местах массового пребывания людей в период отдыха. Так как именно экотропы, наряду с решением эколого-просветительской задачи (обучения, воспитания и формирования экологической культуры), решают и природоохранную, путем выработки экологических норм поведения в природной среде, воспитания чувства личной ответственности каждого человека за судьбу природы и всех ее обитателей.

По первой такой экологической тропе «К водопаду Галдоридон» в РСО-Алания, совершили учебную экскурсию студенты и преподаватели ВОДНПТ в сентябре 2020 г.. При подготовке к учебной экскурсии студенты 2–3 курсов собирали и изучали географический, исторический материал, знакомились с топонимикой природных объектов, легендами и мифами о наиболее интересных достопримечательностях Дигории. Вооружившись теоретическими знаниями о Дигорском ущелье, они поехали на экскурсию, чтобы воочию увидеть, сфотографировать, записать и использовать полученные знания и впечатления при написании отчета по практике и индивидуального текста экскурсовода по маршрутам в горную Дигорию.



Рис. 1. Начало экологической тропы «К водопаду Галдоридон»

Экотропа протяженностью 4 км была проложена в Дигорском ущелье в горно-ледниковой долине р. Харесидон между Суганским массивом и Главным Кавказским хребтом на территории национального парка «Алания». Главная цель тропы — дать возможность прикоснуться к дикой природе Дигории, увидеть уникальные ландшафты, изучить историко-культурное наследие горцев (кошары, старые дороги, каменные ограды) и рассказать о редких и краснокнижных растениях и животных Осетии. При этом важно, что экологическая тропа, давая доступ всем желающим познакомиться с природой Горной Дигории, не нарушает её целостность.

Дигорское ущелье — это самая удаленная юго-западная часть Северной Осетии, расположенная в верховьях реки Урух и ее истоков. Наиболее интересная часть ущелья — высокогорная зона, расположенная в пределах Скалистого, Бокового и Водораздельного хребтов, где имеется большое количество удобных и безопасных перевалов для связи с другими рекреационными районами Северной Осетии, Кабардино-Балкарии и Грузии. Ущелье отличается исключительным ландшафтным разнообразием, которое весьма точно и красочно описал известный покоритель альпийских вершин Н. В. Поггенполь: «Почему так хороша Дигория, почему в других местах я не ощущал того удовольствия, как здесь, среди зеленых лугов, омываемых Урухом, и великоленных хвойных лесов, в темную зелень которых спускаются белые ленты ледников? Отдельные элементы горного ландшафта сочетаются в Дигории поразительно мягко и живописно, нет ничего угрюмого и мрачного, а свежая изумрудная зелень лугов, благородные,

архитектонические линии тонко вырезанных вершин с блестящим фирновым покровом у их подножий ласкают взор счастливым сочетанием красок...» [4].

Действительно, безлесные склоны с ксерофитной растительностью сменяются высокоствольными лесами из сосны, бука и березы с густым подлеском из орешника, молодого бука, а выше 2000 м появляются заросли кавказского рододендрона. На высотах 2200–3000 м — царство субальпийских и альпийских лугов с исключительным разнотравьем.

Животный мир также разнообразен и необычайно своеобразен. Здесь обитают эндемики: кавказский тур, прометеева мышь, горные индейки — улары, кавказский тетерев, краснобрюхая горихвостка. Из хищных птиц — белоголовый сип, орел-бородач, сокол-сапсан. В лесном поясе обитают косули, дикие кабаны, волки, барсуки, лисицы и бурые медведи [1]. Все разнообразие ландшафтов способствует развитию и организации различных видов туризма (горного, пешеходного, экологического, водного, научно-познавательного, промыслового и др.) и альпинизма.

Массовое туристское освоение Дигории начинается в 50-х гг. прошлого столетия. В то время был известен только один туристский маршрут: Кионвцег — перевал Гулар — селение Дзинага — Караугомский ледник — перевал Штулувцег. Первые серьезные туристские походы были сделаны под руководством мастера спорта Б. Коновалова в Суганском массиве, а с 1964 г. туристским освоением Дигории занимается Зеленоградский клуб туристов, членами которого здесь проводилось большое количество сложных туристских походов и восхождений, организовывались

также походы ближнего туризма и экскурсии. По перевалам проложили маршруты ростовские, краснодарские, латвийские, эстонские, одесские и другие туристские клубы. Резкое расширение географии туристских походов в Дигории в те годы свидетельствует о широкой популярности этого горного края.

В конце 60-х и в 70-е гг. Дигорское ущелье становится районом проведения большого количества сложных спортивных туристских походов, которые, кроме местных туристско-экскурсионных организаций, часто проводили спортсмены из центральных городов страны, прибалтийских республик (Эстонии, Латвии и Литвы), Украины, Белоруссии и Средней Азии.

В это время Горная Дигория активно осваивается любителями водного туризма и слаломистами на воде, которые здесь провели несколько всесоюзных и всероссийских соревнований с привлечением гостей не только бывшего СССР, но даже из ряда зарубежных государств. Например, в 70–80-е гг. многие туристы-водники ежегодно совершали водные походы по Уруху и его притокам. В августе 1977 г. на реке Урух проводился Всесоюзный слет туристов-водников, в котором участвовала 21 команда сильнейших слаломистов страны, а в 1979 г. — с участием уже 34 команд. В 1981 г. — наиболее массовое из всех мероприятий, которые проводились в Дигорском ущелье — I Всесоюзный слет туристов, в котором участвовало около 2000 человек, соревновавшихся по пешеходному, горному, водному, велосипедному, мотоциклетному и другим видам туризма.

В этот период было начато строительство рекреационных учреждений — альплагеря «Дигория», спасательной службы, турбаз предприятий Ростова-на-Дону («Россельмаш»), Таганрога и Владикавказа, с вводом которых значительно увеличивается число рекреантов. Возможности для многопрофильной рекреационной деятельности здесь заметно увеличились с созданием в 1998 г. НП «Алания» [2, с. 107–108]. А как мы знаем, в ООПТ организация любой деятельности имеет ограничительный характер, поэтому давно назрела необходимость создания экологических троп на территории национального парка «Алания». Открыта она была в сентябре 2019 г. при содействии Всемирного фонда дикой природы (WWF) России, компании «Ферреро» и бренда «Kinder» и, спустя ровно год, здесь высадили десант студентов и преподавателей ВОДНПТ.

В первый день они посетили высокогорное село Задалеск и музей Задалески Нана (легендарной женщины — прародительницы



Рис. 2. Арт-объект «Зарождение жизни»

и спасительницы осетинского народа после разгрома исторической Алании) и дошли до с. Ханаз, полюбовались огромной башней-фрегатом. А во второй день, осмотрев села Мацута, Ахсау, Дзинагу, Одола, Стур-Дигора, доехали до начала экотропы «К водопаду Галдоридон» (рис. 1).

Экологическая тропа начиналась с ввального, главного щита в самом начале маршрута, на котором студенты изучили картасхемы с обозначением самых интересных объектов и достопримечательностей, а также рекомендуемых мест для отдыха и осмотра. На информационных щитах ознакомились с данными о протяженности маршрута, перепадах высот над уровнем моря, о флоре и фауне, о памятниках природы. Здесь же внимательно прочитали обращение к посетителям, путешествующим по этой тропе, некоторые призывы, правила и требования по поведению в период пребывания на экологической тропе.

Экологическая тропа оборудована информационными объектами (щитами, указателями, рекламными и познавательными стендами), которые играют большую познавательную роль, и вписываются в общий пейзаж и естественные формы рельефа. Опорами для них служат необработанные деревья, бревна, коряги, отдельные валуны и выступы скал. Также оборудованы 10 обзорных точек, возле каждой установлена информационная

табличка, площадки со скамейками, оборудованными кострищами, которые особо были отмечены студентами.

Обзорные точки не только повышают информативность экотроп, но и способствуют их большей привлекательности. Чаще всего такие обзорные точки устраивают на естественных возвышениях: вершинах или склонах гор, скалистых останцах, береговых уступах, откуда открывается широкая панорама [5].

Обустройство стоянок не только важный аспект комфортности туристской тропы. Оно связано с решением практических экологических задач, например, по утилизации мусора, так как организация стоянки должна предусматривать создание мусоросборников для последующей утилизации. При большом потоке туристов это позволяет предупредить возникновение проблем, связанных с «расползанием мусора» по территории, прилегающей к маршруту, и снижением эстетической привлекательности туристской тропы [3]. Все студенты были приятно удивлены тем, что на экотропе, высоко в горах, предусмотрен отдельный сбор мусора.

Тропа максимально безопасна, на опасных участках установлены таблички. По всей тропе информационный материал располагается так, чтобы было удобно путешествующим осматривать и читать. Сама трасса тропы не очень сложная для прохождения, серпантинном набирает высоту и очень привлекательная (с оригинальной детской площадкой, арт-объектами (рис. 2), рассказывающими о зарождении жизни на земле и обитателями разных эпох, об исчезающих и занесенных в Красные книги РФ и РСО-Алания птицах и животных и др.).

Студенты с большим интересом прошли весь маршрут, полюбовались горами и осенними пейзажами, водопадами Байради, Борадага и конечным пунктом — пятикаскадным водопадом Галдоридон (больше известен как Жемчужина), высотой 30 м. Он один из самых посещаемых в Дигорском ущелье. Спадает по южному склону Суганского хребта, питается талыми водами ледника Галдор,

По пути следования по тропе студенты фотографировались на фоне всей этой красоты, делали заметки для написания отчета, в том числе и об экологических проблемах ущелья и способах их решения.

Во время всех учебно-экскурсионных поездок группы сопровождал известный в республике ученый-краевед, кандидат биологических наук, заслуженный эколог РСО-Алания и просто знаток всей республики, К. П. Попов. Его увлекательный рассказ и показ вдохновил

студентов для более детального изучения природы и достопримечательностей республики и их экологического состояния, а также укрепил любовь к выбранной профессии.

Экологическая тропа проложена также к водопаду Байради (экопроект реализован компанией «РусГидро»). Она оборудована местами отдыха, проведены работы по обеспечению безопасности при прохождении маршрута и установлены информационные щиты, рассказывающие о флоре и фауне заповедной территории. «РусГидро» обустроила также три экотропы на территории Северо-Осетинского заповедника (Алагирское ущелье): к Цейскому леднику, к водопадам реки Шагацкомдон и «Путешествие по урочищу Шуби».

В республике имеются все условия для создания и других экологических троп, например, для любителей верховой езды, лыжников, водных туристов, велосипедистов и т.д. Можно создать экотропы, где различные способы передвижения могут сменять друг друга на маршруте. Актуальными являются специализированные экотропы, которые разрабатываются для людей с ограниченными возможностями передвижения (инвалиды-колясочники). Такие экотропы целесообразно было бы создать в окрестностях городов (Владикавказ, Беслан, Алагир, Моздок) и других населенных пунктов, где рельеф местности не сильно пересеченный и есть интересные достопримечательности, в частности, рассмотреть экологическое состояние рек, рощ, скверов и других объектов.

В виду того, что в республике очень много мест, где природа практически полностью изменена хозяйственной деятельностью человека и уже нередки примеры сильно преобразованной, в том числе испорченной, изуродованной природы, то в назидание можно создать «тропы экологических безобразий» к свалкам мусора, в том числе и в поймах рек, к заброшенным, а некогда крупным, предприятиям, например, добывающей промышленности (в Мизур, Садон, Фаснал, Фиагдон) и др.

Думаем, что маршруты для учебных экскурсий для студентов вузов и техникумов, в которых ведется подготовка студентов по направлению география и туризм, можно создать в любом регионе и населенном пункте независимо от геоморфологических особенностей. Чаще выводить студентов из аудиторий, чтобы они могли пройти по экологическим тропам, приобщиться к природе, учиться бережному отношению к ней.

Так как разработка и создание экологических троп является одним из приоритетов в деле развития экологического

образования и повышения экологической культуры, думаем, что во всех районах республики необходимо создать максимальное их количество, что позволит сохранить богатейший природный комплекс Северной Осетии для будущих поколений.

Галачиева Лариса Абубовна,

к. геогр. н., преподаватель Владикавказского Ордена Дружбы народов политехнического техникума;
Lora-0708@mail.ru

Ваниева Виктория Витальевна,

преподаватель Владикавказского Ордена Дружбы народов политехнического техникума;
viktorivanieva@inbox.ru

Библиографический список

1. *Агибалова В.В., Жданов Г.В., Иванов В.Д.* С рюкзаком по Сугану. Орджоникидзе: Ир, 1980. 136 с.
2. *Бероев Б.М., Багаева З.А., Караева-Козырева Т.Х.* Рекреационные ресурсы Природные ресурсы Республики Северная Осетия-Алания: Владикавказ: Проект-Пресс, 2000. 209 с.
3. *Коростелев Е.М.* Опыт создания маршрутов для экологического туризма на северо-западе России//География и туризм: Сб. науч. тр./Перм. ун-т. Пермь, 2005. Вып.1. С. 126–131.
4. *Поггенполь Н.В.* По северным долинам Казбекского массива и первое восхождение на Майли-хон. Ежегодник Горного общества, т. III, 1905.
5. *Чижова В.П.* Школа природы. Экологическое образование в охраняемых природных территориях. — М.: Эколого-просветительский центр «Заповедники» — WWF, 1997. 128 с.

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ И МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО

М. А. Мельников

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 338.482

О. И. Кадебская

Горный институт УрО РАН

ПРОЕКТ ПОДЗЕМНОГО МУЗЕЯ ГОРНОГО ДЕЛА В ГОРОДЕ ПЕРМИ

Подземный музей горного дела — объект, рассказывающий историю развития горного дела в Пермском крае, через комплекс специально воссозданных экспозиций. Основная идея проекта заключается в популяризации промышленного бренда Пермского края, региона, который всегда славился своей добывающей промышленностью. Этой теме посвящено множество литературных источников, однако прикоснуться к промышленной истории региона практически невозможно, потому что на его территории не представлено промышленных музейных объектов. Из этих соображений в качестве проекта предлагается строительство подземного музея горного дела. Подземный музей — это двухэтажный комплекс, состоящий из семи экспозиций, посвященных развитию медного промысла, добыче калийных солей, гипсовому промыслу, золотому и алмазному промыслам, а также хромитовому и железному промыслам, соответственно. Благодаря данным экспозициям будущие туристы смогут не только физически прикоснуться к той или иной руде и минералам, но и услышать интересные факты об их добыче, узнать историю для чего и зачем в Пермском крае добывались представленные руды, на какое производство они шли и как повлияли на развитие российской промышленности в целом. Подземный музей горного дела может стать новым этапом развития промышленного туризма в Пермском крае.

Ключевые слова: *редевелопмент, музей, промышленный туризм, Пермь, Егосихинский медеплавильный завод, горное дело.*

Kadebskaya O.I., Melnikov M.A.
Perm State University, Mining Institute

PROJECT OF UNDERGROUND MUSEUM OF MINING IN PERM

The Underground Museum of Mining is an object that tells the history of mining development in the Perm Region through a complex of specially recreated expositions. The main idea of the project is to popularize the industrial brand of the Perm Region. Perm Krai has always been famous for its mining industry. Many literary sources are devoted to this. However, it was almost impossible to touch the industrial glory of the Perm Region, because no similar objects have been presented on its territory before. For these reasons, the construction of an underground museum of mining is proposed as a project. The Underground Museum of Mining is a two-stage complex consisting of 7 expositions dedicated to the development of copper mining, abraum salts mining, gypsum mining, gold and diamond mining, as well as chromite and iron mining, respectively. Thanks to these expositions, future tourists will be able not only to physically touch this and that ore or minerals, but also to hear interesting facts about their extraction, to learn the history of what and why the presented ores were mined in the Perm Region, what production they were used for and how they affected the development of Russian industry as a whole. The Underground Museum of Mining will become a new stage in the development of industrial tourism in the Perm Region.

Keywords: *redevelopment, museum, industrial tourism, Perm, Egoshikhinsky copper factory, mining.*

В конце XX столетия возросла роль общественных городских пространств в жизни людей. Общественные пространства стали использоваться всеми горожанами для рекреации, досуга, общения, совершения полезных действий, формирования определенных навыков, социальной коммуникации, взаимодействия с представителями власти, для сохранения историко-архитектурных комплексов, национальных и культурных традиций.

Неотъемлемой частью таких пространств являются музейные пространства. Это связано с активизацией роли музеев в социальных процессах через проведение развлекательных, образовательных, научных мероприятий, публикаций музейных коллекций, создание экспозиций, отражающих проблемы современности, изменения в обществе. Музеи все чаще стали создаваться и размещаться на территории бывших промышленных зон, перепрофилированных для использования в городской среде в новом качестве. Такая тенденция является положительной, поскольку позволяет отвести под музейные пространства достаточное количество площадей, расширить объем информации, предоставляемый музеями, выставочную площадь для обозрения большего количества музейных экспонатов и ознакомления аудиторий с ними. Бывшие индустриальные предприятия сами рассматриваются в качестве объектов музеефикации, так как являются частью истории развития промышленности.

В настоящей статье проанализирована необходимость и возможность создания нового музейного пространства в г. Перми путем перепрофилирования бывшей промышленной территории Егошихинского медеплавильного завода в целях благоустройства места рождения города и повышения туристской привлекательности исторического центра г. Перми.

Редевелопмент промышленных территорий. Использование индустриальных объектов в социально-культурном пространстве началось в XX столетии в европейских странах, имеющих в составе промышленные регионы. Такому применению предшествовало изучение в 1970–1980 годах европейскими специалистами по архитектуре и реставрации отдельных зданий, застроенных районов, промышленных объектов и сельской застройки. Интерес к неиспользуемым объектам возрос после вывода крупной промышленности с территорий городов, стала реализовываться идея интеграции промышленных предприятий в современную городскую среду. Такие объекты реконструировались, подвергались функциональному перепрофилированию: санации, освобождению от старых функций и оборудования, приведению в надлежащее состояние

в соответствии с экологическими правилами и нормами. Процесс реконструкции бывших промышленных предприятий исследователи определяют понятием редевелопмент — процесс перепрофилирования объекта недвижимости под современное использование со сменой функционального назначения [1].

Эксперты выделяют ряд причин сохранения промышленных объектов и условно делят их на рациональные и эмоциональные. Под рациональными причинами редевелопмента понимают удовлетворительное состояние несущих конструкций, объемно-пространственные характеристики бывших заводов и фабрик, благоприятные для размещения новых функций, пониженный уровень затрат при реконструкции промышленных зданий, статус исторических памятников, возможность дополнительных инвестиций в проект, сохранение градостроительных идей, расширение рынка недвижимости за счет новых объектов (лофты). Под эмоциональными причинами принято понимать опасность утраты зданий, привычного городского ландшафта. Практика показала, что перепрофилирование невосстановленных промышленных объектов и территорий под ними является более выгодным вариантом, в том числе с экологической точки зрения, чем их снос и строительство новых зданий [2].

Процесс редевелопмента оказывает непосредственное влияние на ряд функциональных областей и направлен на достижение определенных целей в каждой из них (см. табл. 1).

В качестве зарубежных примеров удачной модернизации бывших промышленных зон в музейные и выставочные пространства можно привести металлургический завод в Фёльклингене (немецкий Völklinger Hütte). Основанный в 1873 году горным инженером Ю. Бухом, завод являлся одним из старейших предприятий и крупнейшим металлургическим комбинатом в Европе по выплавке чугуна и производству стали, был оснащен пудлинговыми и сварочными печами, паровыми молотками и прокатными станами. После Второй мировой войны на заводе работало свыше 17 000 человек. Однако в связи со старением оборудования и промышленных процессов в 1970 годах производство на заводе постепенно начало сокращаться, средств на его модернизацию не хватало, и завод прекратил свою деятельность в июле 1986 года. Фактически завод проработал с 1873 по 1986 годы, а затем стал эксплуатироваться как индустриальный музей на основании решения властей земли Саар, присвоивших заводу статус памятника. С 1994 года завод включён в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, в связи с чем приобрел

**Функциональные области редевелопмента
(составлено автором)**

Функциональная область	Цель
Производство	Расширение трудового сектора, создание новых рабочих мест, повышение удовлетворенности от результатов труда.
Маркетинг	Создание новых креативных пространств как объектов туризма и сервиса, возрастание стоимости перепрофилированных объектов недвижимости, повышение инвестиционной привлекательности территорий.
Финансы	Привлечение инвесторов, получение и увеличение выручки от арендных платежей, вносимых за использование объектов недвижимости.
Оказание услуг	Организация торговли и общественного питания, информационно-вычислительное обслуживание арендаторов, аудиторий, снабжение объектов коммунальными ресурсами, предоставление мест временного проживания, проведение консультаций, оказание секретарских услуг и услуг почтовой связи, совершенствование транспортной системы, то есть развитие экономической отрасли, направленной на оказание услуг.
Социальная среда	Изменение форм общения и окружения, активизация образовательной, лекционно-просветительной деятельности, сотрудничество между различными сообществами и поколениями, благоприятная экологическая обстановка.

статус первого в мире промышленного памятника, имеющего международный статус [8].

Другим интересным объектом социокультурного пространства является крупный научно-исторический музей науки и промышленности в Манчестере (Великобритания), посвященный развитию науки, техники и промышленности. Музей является частью Группы Музея науки, вневедомственного государственного органа Министерства культуры, средств массовой информации и спорта Великобритании, присоединён к Музею науки в Лондоне в 2012 году. В настоящее время в музее работают постоянные выставки, разделенные по темам: транспорт (автомобили, самолёты, железнодорожные локомотивы), мощность (водные, паровые, электрические и газовые двигатели), манчестерские ткацкие производства, текстиль, коммуникации и компьютеры.

В Российской Федерации организация музейных и выставочных пространств на территории бывших промышленных комплексов началась в начале 2000-х годов. Этот период был благоприятным для России в экономическом плане в связи с высокими ценами на сырье и ресурсы. Кроме того, пришло понимание необходимости сохранения наследия городов, усиления значимости их истории, культуры в жизни людей, развития городской среды, бережного отношения к воздвигнутым некогда зданиям и сооружениям, в том числе представляющим собой объекты индустриализации.

Созданные на территориях бывших промышленных предприятий музеи и выставочные комплексы пользуются популярностью и среди местных жителей, и среди туристов [4].

Известным открытым музеем в России является музей «Старый Демидовский завод», расположенный в Нижнем Тагиле Свердловской области. Название музея связано с именами Никиты и Акинфия Демидовых, основателями уральских заводчиков, основоположниками уральской металлургии. Развернутая Демидовыми деятельность по развитию металлургии оправдала себя, демидовские заводы к 1716 году поставляли металлургическую продукцию высокого качества и Российской Империи, и за границу.

В 1725 году начал работу Нижнетагильский завод, вошедший в число крупнейших предприятий металлургической промышленности, металл и продукция которого активно покупались Англией, Францией, Голландией, Швецией. В конце XIX – начале XX веков Нижнетагильский завод поставлял металл для Транссибирской магистрали, в годы Великой Отечественной войны выпускал феррохром и ферромарганец, производил броневую сталь. В 1957 году завод вошел в состав Нижнетагильского металлургического комбината. С середины XX века стали уменьшаться объемы выпускаемой продукции из-за недостатка территории для дальнейшего развития и выбросов предприятия, ухудшивших в экологическую обстановку в городе.

Прожив и проработав 262 года, Нижнетагильский завод прекратил свою работу в 1987 году и был определен под снос. Однако в 1989 году его перевели в состав нижнетагильского музея-заповедника «Горнозаводской Урал» [5]. С этого времени прекративший свою работу завод стал музеем, историко-культурным памятником индустриальной архитектуры.

На территории завода-музея находится более 400 единиц хранения, которые объединены в шесть экспозиций, и три выставки.

Наиболее значимыми объектами являются следующие: гидросистема, в которую входит пруд глубиной от 4 до 7 километров, плотина-дамба, шлюзовое устройство и вешнячий канал (водоспуск); доменный, мартеновский, кузнечный, прокатный, литейный цеха; электростанция, водяной ларь, гидротурбина; заводская контора; паровозный состав. Также на заводе сохранились производственные комплексы, технологические узлы, множество старинных и относительно современных машин и механизмов, мартеновская печь с колоннами и фрагментами демидовской печи 1891 года, английская котельная фирмы «Стерлинг» 1913 года, колесо сутуночного стана 1899 года, здание мартеновского цеха 1891 года и электростанции 1913 года.

Объекты промышленного музея представляют интерес не только для туристов, но и для историков-исследователей, поскольку производство завода было сначала основано на энергии падающей воды, затем в результате двух модернизаций энергия падающей воды сменилась на пар и наконец на электрическую энергию, а техника разных веков в виде гидросистемы, мостовой кран XX века, электростанция и паровозный состав сохранились.

Ярким примером организации нового социокультурного объекта является Ярославский культурный центр Textil, «Музей-Фабрика», созданный в 2013 году. Центр расположился в бывшем зале паровых машин Ярославской Большой мануфактуры, в окраинном районе Красный Перекоп и повествует об истории фабричного района с помощью коллекции предметов, документов, фотографий и рассказов местных жителей, работавших на фабрике, аудиоспектаклей. В музее также происходит обсуждение различных моделей, по которым в будущем может пройти развитие фабричной территории. Двор фабрики после реконструкции стал общественным пространством, местом для отдыха и общения горожан и туристов, проведения блошиных рынков, выставок, фестивалей и лекций. В 2015 году центр Textil расширил существующие пределы. Вместе с компанией «Ярославские краски» был запущен проект «Человек красит место». Жители района Красный Перекоп вместе с профессиональными

художниками превратили стены домов, вентиляционные шахты и канализационные люки в новые местные достопримечательности, придумали игры для детей и подростков, мастер-классы и экскурсии для взрослых. «Человек красит место» стал ежегодным фестивалем, привлекающим горожан и туристов [6]

Приведенные примеры подтверждают, что музейные и выставочные пространства стали частью социокультурного пространства, создаются в целях документирования общественных процессов и явлений для сохранения культурного наследия, обеспечивают максимальную доступность, открытость форм общения с предметами, объектами, созданными человеком в прошлом.

Проект Подземного музея горного дела в Перми. Проект музея на территории бывшего Егошихинского завода, а в настоящее время заброшенного природного урочища, может стать еще одним примером редевелопмента промышленной территории [7].

Основная идея проекта создания музея заключается в популяризации промышленного бренда Пермского края, который всегда славился добывающей и перерабатывающей промышленностью. Именно в целях повышения узнаваемости промышленного бренда региона предлагается строительство Подземного музея горного дела.

Согласно проекту, Подземный музей горного дела — двухэтажный комплекс, состоящий из семи экспозиций, посвященных добыче калийных и калийно-магниевых солей, развитию медного, гипсового, золотого, алмазного, хромитового, железного промыслов.

С помощью данных экспозиций туристы смогут прикоснуться к музейным экспонатам, услышать интересные исторические факты об их добыче, использовании, в том числе в дальнейшем производстве, ознакомиться с производственным циклом, понять, как добыча минеральных и органических соединений земной коры, их применение повлияли на становление и развитие российской промышленности в целом.

Подземный музей горного дела станет новым этапом расширения и совершенствования промышленного туризма в Пермском крае, поспособствует привлечению новых туристских потоков на территорию региона в целом, сделает его более привлекательным для инвестирования, подчеркнет неповторимость Прикамья как промышленной территории Российской Федерации.

Эскизы предлагаемых объектов на данный момент представлены в формате чертежей, на которых изображены планы организации помещений Подземного музея горного дела на двух цокольных этажах.

Оптимально, что туристским назначением объекта станет музейная спецификация. Такого рода музей — новый туристский продукт Пермского края, главной задачей которого будет реализация познавательной и культурно-досуговой потребностей через воссозданные промышленные экспозиции о развитии горного дела в Прикамье. Музей, являясь объектом промышленного туризма, поспособствует развитию иных туристических направлений: культурно-познавательного туризма, спелеотуризма, событийного туризма.

В соответствии с проектом для размещения Подземного музея горного дела выбрана территория вблизи перепрофилированного пространства «Завод Шпагина». Выбор сделан, исходя из объективно существующих факторов:

- транспортной доступности территории (находится прямо за «Заводом Шпагина»);
- популярности кластера «Завод Шпагина» вследствие проведения выставок, фестивалей, иных событийных мероприятий и пр., возможного продолжения креативного пространства благодаря вновь созданному музейному комплексу;
- отсутствия на территории построек и объектов культурного наследия, непринадлежности территории к санитарно-защитной и иным зонам;
- содействия в облагораживании неиспользуемой территории, включения ее в городскую среду, повышения ее туристской привлекательности.

Новизна и уникальность предлагаемого туристского продукта в виде Подземного музея горного дела заключается в демонстрации природных богатств Урала, изучении истории их добычи на территории Прикамья и последующего применения в различных отраслях промышленности России.

Проект безусловно привлечет следующие целевые аудитории: жителей Перми и Пермского края, организованные детские и взрослые туристические группы, индивидуальных путешественников, интересующихся промышленным туризмом, иностранных туристов, специалистов в области географии, геологии, истории, спелеологии.

Согласно проекту, ответственность за построение экспозиций возлагается на методиста, в функциональные обязанности которого входит их описание в соответствии с существующими профессиональными стандартами, соотнесение тематики музея с объектами его показа.

При построении экспозиций использован концептуальный подход, содержащий оригинальный замысел и не использованную ранее идею.

Музей будет насчитывать семь различных экспозиций по добыче полезных ископаемых на территории Пермского края, а именно:

Экспозиция «Медный промысел» посвящена добыче медистого песчаника, площадь которого на территории Пермского края составляет около 20 370 квадратных километров. Добыча меди имеет богатую историю. Артефакты, связанные с добычей и обработкой меди, и сейчас представлены в музеях. Одна из самых древнейших находок датируется вторым тысячелетием до нашей эры. До начала XVII века российское государство закупало медь для производства оружия, колоколов, денег в Европе. Первая геологоразведочная экспедиция с целью поиска медных руд в бассейне реки Печоры была направлена Иваном III в 1491 году. Месторождение обнаружили в устье реки Цильмы. Цильменская находка — это первое российское документально подтвержденное выявленное месторождение медных руд. Однако открытие данного месторождения не удовлетворило всех потребностей государства в использовании меди. В 1631 году Строгановы организовали поисковые работы, связанные с добычей медистых песчаников и самородной меди, на Пермской земле. В 1634 году В. И. Стрешнев основал медеплавильный завод Пыскорский, с которого началось развитие горной промышленности и цветной металлургии. Деятельность В. Татищева, Демидовых, Г. Генина также способствовала становлению отечественного горнозаводского дела. Активная добыча медной руды началась в эпоху правления Петра I.

Проектом предусмотрено, что основными объектами экспозиции станут артефакты из меди, поиск которых запланирован на территории поселка Юг, где раньше также располагался один из медеплавильных заводов. Возможно создание макета, демонстрирующего плавление меди, например, макета доменной печи, создания интерактивной карты с фотографиями территорий Прикамья, на которых находились и находятся медеплавильные заводы. Устная часть экскурсии внутри экспозиции будет посвящена хронологии развития медного дела в регионе.

Экспозиция «Добыча калийных солей» повествует о появлении солеваренной промышленности и основании городов вокруг мест добычи соли, открытии Верхнекамского месторождения. С конца семнадцатого века соль Камская занимала половину всей реализуемой соли в стране. В районе городов Соликамска и Березники расположено второе в мире по запасам Верхнекамское месторождение калийных, калийно-магниевых солей. Его освоение началось более V веков

назад с обнаружения пласта каменной соли. Там, где подземные воды близко подходили к ее пластам, образовывались соляные рассолы и источники. Первые солевары в Пермском крае появились в 1430 году. Новгородские купцы братья Калинниковы построили варницы на реке Усолке близ впадения ее в Каму. Неподалеку от этого места позднее возникло поселение Усолье Камское — будущий Соликамск. Важнейшую роль в развитии соляного промысла в этих краях сыграли представители потомственной соляной династии Строгановы. Используя музейные экспонаты, хранящиеся в музее Соли в городе Соликамске, возможно создать макеты оборудования по добыче соли, которые использовались в XV–XIX веках, и сравнить их с современным оборудованием, чтобы наглядно показать, как технологический прогресс, индустриализация благоприятно повлияли на развитие промышленности. При помощи технологий 3-D моделирования объекты показа частично можно вынести на мультимедийные платформы.

Экспозиция: «Гипсовый промысел» расскажет о создании в XVIII веке 127 листа Российской геологической карты. Проведенные геологические исследования показали, что гипс возможно добывать в Чусовском и Кунгурском районах Пермского края. В настоящий момент Пермский край имеет в своем составе приблизительно 270 объектов ангидрита и гипса. В их числе есть и непромышленные месторождения. Располагаются природные ископаемые на довольно обширной территории от Ординского до Октябрьского районов Пермского края. Гипс применяют в строительной индустрии, сельском хозяйстве, медицине, химической, фарфорофаянсовой, керамической, лакокрасочной и бумажной промышленности, в металлургии, приборостроении, машиностроении и других отраслях народного хозяйства. Сырье гипсовых месторождений Пермского края пригодно для производства любых существующих в настоящее время материалов и изделий из гипса. Среди поделочных гипсов выделяют розовый селенит, коричневый, белый, цветной и серый гипсы. Особую ценность представляет селенит розового, светло-розового и золотистого оттенков с шелковистым блеском, художественные и ювелирные изделия из которого известны далеко за пределами Урала и России. В качестве экспонатов предстанут различные породы селенита, предметы, в состав которых входит гипс, дабы показать значимость добывающей промышленности в отраслях производства, необходимых для жизнедеятельности человека.

Экспозиция «Золотой и Алмазный промыслы» посвящена добыче драгоценных металлов и камней в Прикамье, начиная с начала

XIX века. История добычи золота началась с открытия в 1820 году крепостным Просвириным золотосодержащих песков в долине реки Полуденки (в настоящее время — территория Горнозаводского района). Обнаружение алмазов связывают с находкой в 1829 году четырнадцатилетним крепостным ребенком на указанной территории сияющего камня, который стал первым алмазом, добытым в России. До этого времени считалось, что подобных драгоценных камней в стране нет. Находка крепостного послужила началом отечественного алмазного промысла. Не смотря на вышеизложенное, предположение о возможности добычи алмазов в России высказал М. В. Ломоносов в 1763 году в работе «Первые основания металлургии или рудных дел». В 1940 году на Урале была создана первая Уральская алмазная экспедиция во главе с геологом А. П. Буровым. Административным центром экспедиции был определен поселок Кусье-Александровский Чусовского (ныне — Горнозаводского) района, где первые два алмаза были найдены летом 1937 года в районе Ершова лога рабочим А. Я. Колыхматовым и его сыном Константином. В советские годы золото и алмазы на территории Горнозаводского и Красновишерского районов добывали при помощи огромных машин — драг, по размерам способных сравниться с многоквартирным домом. Работа драгов осуществлялась в водоемах. Последствия их работы на территории Пермского края до сих пор можно найти в устьях местных рек. После проделанной работы драги оставляли за собой перекопанные устья реки, из-за чего образовывались многочисленные озера и островки, заросшие растительностью. В будущем использование драгов для добычи золота и алмазов было прекращено. В настоящее время в Пермском крае не работает ни одной такой машины. Данную экспозицию можно представить в виде экспонатов из переработанного золота. Логично воссоздать макеты, имитирующие драги или какую-либо их часть, показать принцип приведения их в действие. Возможно создать интерактивную карту, показывающую работу драгов и последствия в виде озер и запрудов. Также известно, что о первом «Русском алмазе» писал Павел Бажов, что позволяет спроектировать художественную работу на одной из стен экспозиции, основанную на его рассказе.

Экспозиция «Добыча угля» поможет узнать, что основной единицей по добыче названного природного ископаемого на территории Пермского края считался Кизеловский угольный бассейн, расположенный на 150 километров от города Александровска (на севере) до города Лысьвы (на юге) при ширине

до 25 километров, и является самым изученным в Прикамье. Годом открытия каменного угля в Прикамье следует считать 1736-й, когда рудоискатель Боляка Русаев обнаружил уголь в медистых песчаниках Кунгурского уезда в верховьях реки Турки. История добычи угля на территории Пермского края представляет интерес. С ней связаны приезд Д. И. Менделеева в Прикамье в 1899 году, улучшение качества жизни города Кизела, прирост его населения вдвое с 1941 года по 1951 год, улучшение инфраструктуры города, связанное с постройкой дворца культуры, драматического театра, стадиона, кинотеатра, горного техникума, четырех средних школ, гостиницы, водной станции. Благодаря развитию угольной промышленности города Гремячинск и Коспаш стали обладателями железнодорожных пассажирских сообщений. Данная экспозиция способна продемонстрировать как на фоне добычи угля на территории Пермского края город Кизел приумножил свое население и значимость для российской промышленности. Объектами показа могут служить макеты добывающих угольных машин. В экспозицию необходимо включить архивные фотографии города Кизела, чтобы наглядно показать улучшение его территории, благодаря развитой промышленности.

Экспозиции по добыче железа и хромита можно воссоздать подобным образом, опираясь на богатую промышленную историю Пермского края. Например, добыча железа послужила развитию «Пермских пушечных заводов». А благодаря изучению хромитов под руководством Н. Г. Славянова были изготовлены орудия и боеприпасы из никелевой и хромистой стали.

Главная задача каждой из экспозиций Подземного музея горного дела показать не только добываемый на территории Пермского края материал в виде полезных ископаемых, но и подчеркнуть историческую значимость по его поиску и изучению, поскольку именно на базе промышленной и горнодобывающей деятельности, Пермский край зародился как новый и самостоятельный субъект Российской Федерации.

Выводы. Поскольку история Прикамья прочно связана с историей освоения минеральных ресурсов, развитием отрасли по добыче полезных ископаемых, о чем повествуют музейные экспозиции, Подземный музей горного дела будет интересен различным целевым аудиториям: школьникам, изучающим историю развития края, географию; студентам, осваивающим профессии, связанные с историей, краеведением, географией, геологией, туризмом, металлургическим производством, производством драгоценных металлов, обработкой

драгоценных камней; специалистам в указанных видах деятельности, в деятельности проектирования музейных пространств, музейным работникам, другим жителям региона и Перми, гостям края, туристам, проявляющим интерес к ознакомлению с горнозаводской цивилизацией, индустриальным наследием Урала, его промышленным городам. Подземный музей горного дела призван формировать промышленный имидж региона и актуализировать утраченное индустриальное наследие, связанное с добычей меди. Появление Подземного музея горного дела в Перми позволит усилить привлекательность города и края, сформировать новые туристские маршруты.

Мельников Михаил Алексеевич,

аспирант географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета;
swedish123@yandex.ru

Кадебская Ольга Ивановна,

д. геогр.н., заведующая Кунгурской лабораторией-стационаром Горного института УрО РАН;
iccave@bk.ru

Библиографический список

1. Илькевич С.В., Стремберг П. Редевелопмент промышленных территорий как новых туристских аттракций в России: факторы успеха проектов // Сервис plus. 2017. № 4. С. 4–13.
2. Ковязина А.С., Топчий Д.В. Редевелопмент промышленных зон с целью эффективного использования территорий города // Строительное производство. 2019. № 3. С. 26–28.
3. Лядова А.А., Меркушев С.А., Лучников А.С., Николаев Р.С. К вопросу об использовании европейского и российского опыта при создании промышленного и транспортного музея на площадке завода им. А. А. Шпагина в г. Перми // География и Туризм. 2019. № 2. С. 122–129.
4. Проскушина В.С. Отечественный и зарубежный опыт в современных тенденциях приспособления объектов промышленного наследия // Инженерные и социальные системы. Иваново, 2018. С. 139–144.
5. Нижнетагильский завод-музей. URL: <https://uraloved.ru/zavod-muzey-nizhnego-tagila?ysclid=14twp4u yq348938953> (дата обращения 17.04.2022)
6. Ярославский культурный центр Textil, «Музей-Фабрика». URL: <https://txtl.space> (дата обращения 17.04.2022).
7. Кратко об Урале. URL: <https://uralsky.info/geografiya/territoriya-urala.html?ysclid=14tynl6u63385034264> (дата обращения 17.04.2022).
8. Металлургический завод в Фёлькингене (немецкий Völklinger Hütte). URL: <https://voelklinger-huette.org> (дата обращения 17.04.2022).

А. С. Касанов, Д. М. Гонцов

Вятский государственный университет

УДК 908

ЭКСКУРСИИ В МУЗЕЯХ ВЯТКИ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

Активное развитие туризма в Кирове в последние годы позволило обратиться к опыту дореволюционных экскурсионных практик. К сожалению, специалисты до сих пор досконально не изучили все аспекты региональной истории туризма на материале Вятской губернии рубежа XIX — XX вв. В то же время в губернском центре уже до 1917 г. сформировался музейный кластер, где проводились экскурсии, имевшие определенные особенности. Целью данной статьи стало изучение экскурсионного дела в вятских музеях начала XX в. на основе сведений периодической печати, документов ЦГАКО и литературы. В результате исследования была изучена региональная специфика экскурсионного дела в вятских музеях, установлено кто и каким образом проводил экскурсии, подсчитано количество экскурсантов. Сведения, изложенные в данной статье, могут войти в монографию по истории туризма в Вятской губернии в дореволюционный период времени, а также стать частью семинарского курса по предмету «История туризма», изучаемого на кафедре Туризма и управления персоналом Вятского Государственного университета.

Ключевые слова: экскурсии, музеи, туризм, общественные организации.

A. S. Kasanov, D. M. Gontsov

Vyatka State University

EXCURSIONS IN VYATKA MUSEUMS AT THE BEGINNING OF THE 20TH CENTURY

The active development of tourism in Kirov in recent years has made it possible to turn to the experience of pre-revolutionary excursion practices. Unfortunately, experts have not yet thoroughly studied all aspects of the regional history of tourism on the basis of the Vyatka province at the turn of the 19th — 20th centuries. At the same time, a museum cluster was formed in the provincial center before 1917, where excursions were held that had certain features. The purpose of this article was to study the excursion business in the Vyatka museums of the early 20th century on the basis of information from the periodical press, documents of the archive and literature. As a result of the study, the regional specifics of the excursion business in the Vyatka museums were studied, it was established who and how conducted the excursions, and the number of sightseers was calculated. The information presented in this article can be included in a monograph on the history of tourism in the Vyatka province in the pre-revolutionary period of time, as well as become part of a seminar course on the subject «History of Tourism», studied at the Department of Tourism and Personnel Management of the Vyatka State University.

Keywords: Excursions, museums, tourism, culture, public organizations.

В настоящий момент экскурсионные услуги имеются в арсенале большинства музеев Кирова. Однако в дореволюционный период времени ситуация была кардинально иной: в зачаточной стадии находился как сам музейный кластер города, так и процесс создания института экскурсионного обслуживания в подобных учреждениях.

Музейные экскурсии в Вятке начала XX в. еще не становились объектом исследования историков, хотя в целом музейная система города изучена довольно тщательно. Вятка в рассматриваемый хронологический период

времени не отставала от общероссийских культурных тенденций. К 1917 г. уже почти во всех губернских городах существовали музеи [1, с. 180]. Решающую роль в их создании играли общественные организации и инициатива отдельных исследователей. Все музеи были частными, финансирование осуществлялось за счет помощи от земских органов, благотворителей и местного населения. Отношение государства в основном проявлялось в регистрации музея и наблюдении за ним. Единого руководящего органа музеями тогда не существовало. Отдельные вопросы жизни музеев (финансирование, утверждение устава) решались

в министерстве народного просвещения, министерстве внутренних дел, министерстве государственных имуществ.

В Вятке начала XX в. существовало сразу три разных по своему характеру частных музеев. В историографии обычно рассматривают вопросы, связанные с их формированием и комплектованием. В данной статье мы изучим деятельность первых вятских музеев с точки зрения развития экскурсионного дела. В круг задач исследования входит поиск информации о том, кто и в каком количестве проводил экскурсии в музеях, каков был численный и социальный состав экскурсантов, что из себя по форме и содержанию представляли данные экскурсии.

Одна из тенденции в музейном деле на рубеже веков — это возникновение музеев в результате деятельности учреждений, изучающих край. Такие музеи формировались при статистических комитетах, губернских земствах, губернских ученых архивных комиссиях (ГУАК), отделениях Русского географического общества. В 1912 г. в Вятке был создан Трифоновский церковно-археологический музей при Вятской ученой архивной комиссии (ВУАК). За все время работы в музее было собрано более пятисот номеров различных старинных предметов, отражающих быт православной церкви, под многими номерами значились целые коллекции. Среди экспонатов музея числились весьма ценные вещи: резные изображения Спасителя, Божьей Матери, святых апостолов, Николая Чудотворца; виды с кратким историческим описанием почти всех соборов и церквей Вятской Епархии; несколько древних икон новгородского типа; редкие церковные вещи (слюдяные фонари, медная паникадиль); редкие рукописи — «Роман об Александре Македонском», старинная рукопись «Житие и служба преподобного Трифона» и многое другое.

По своему размеру музей был невелик, он размещался в двух комнатах на втором этаже епархиального дома на улице Стефановской (ныне — Молодой Гвардии). Помимо экскурсий в музее также проводились лекции. Учреждение открывалось для публики по воскресным дням и праздникам с 12 до 15 часов, но «в некоторых экстренных случаях» (например, для приезжих) экскурсию могли провести и в другие дни [1, с. 177].

Основной аудиторией музея являлись воспитанники духовных и светских учебных заведений Вятки. Отмечены и известные люди, побывавшие с экскурсией в музее. Среди них: епископ Вятский и Слободской Никандр, губернатор А. Г. Чернявский, обер-секретарь Святейшего Синода

П. В. Мудролюбов, художник В. М. Васнецов. Также в «Отчете» о работе музея за 1913/1914 гг. указано, что музей посетил некий французский путешественник из Парижа [10, с. 8].

Экскурсии проводил, как правило, один из членов Комитета, который руководил музеем. Чаще всего этим занимался протоиерей Иоанн Сырцов. Работы у него было немного: за 1913 г. музей посетило триста человек, в 1914 г. — более пятисот. Для сравнения можно привести следующие цифры: Красноярский музей в 1899 г. посетило 3 тысячи человек, в 1906 г. — 7,5 тысяч, а в 1913 г. — почти 14 тысяч человек [2, с. 209].

Экскурсанты в музее должны были расписываться в книге посетителей, там же оставляли и отзывы о прослушанной экскурсии. Например, Петр Мудролюбов написал 3 июня 1913 г. в этой книге: «С искренним удовольствием рассматривал молодое археологическое учреждение и желаю ему дальнейшего развития и успеха» [10, с. 9].

Уже в 1915 г. Трифоновский музей фактически перестал работать. Первая мировая война, а затем и Гражданская война приостановили деятельность ВУАК, а следовательно, и работу церковно-археологического музея. Хотя поступления новых экспонатов для музея продолжались вплоть до 1918 г., но реально он перестал функционировать еще в 1915 г.

Одним из самых посещаемых экскурсантами музеев Вятки стал художественно-исторический музей. К началу XX в. в городе возникло небольшое объединение местных художников, которые совместно устраивали художественные выставки, начиная с 1904 г. В конце 1908 г. художники организовали несколько товарищеских собраний, на которых выработали проект устава художественного кружка, утвержденный губернатором 31 января 1909 г. Важнейшей целью стала грамотная организация в Вятке художественных выставок с участием местных и столичных художников.

Другой задачей кружка явилась организация в Вятке художественного музея. Идея его создания принадлежала художникам В. М. и А. М. Васнецовым, которые высказали пожелание, чтобы художественный кружок занялся разработкой вопроса об открытии в Вятке художественно-исторического музея и со своей стороны обещали дать для музея как свои, так и имевшиеся в их распоряжении произведения других художников [9, с. 179]. В конце февраля 1910 г. С. А. Лобовиков предпринял специальную поездку в Москву для сбора картин, как для открывавшегося музея, так и для весенней выставки

кружка. На обращение председателя правления художественного кружка С. А. Лобовикова помочь созданию художественного музея в Вятке пожертвованием картин откликнулись многие известные художники, среди них были братья Васнецовы, Виноградов, Бакшеев, Иванов, Рылов. Дудин, Хохряков и т. д.

Открытие художественно-исторического музея состоялось 5 декабря 1910 г. Посетители могли прийти в него в праздничные и воскресные дни с 12 до 15 часов дня, вход был бесплатным [11, л. 5]. Основная аудитория музея — учащиеся, как из Вятки, так и из других городов. О том, как проходили экскурсии в музее, рассказала в 1911 г. газета «Вятская речь»: «Гостившая в Вятке на прошлой неделе экскурсия Орловской женской гимназии в составе 30 человек во главе с начальницей гимназии О. Н. Лашкевич 11 июня посетила вятский художественный музей. Обзорением музея руководил С. А. Лобовиков, давая краткие характеристики художников, представленных в музее. Небольшой состав музея позволил экскурсии очень пристально и подолгу останавливаться на отдельных произведениях, прочно закрепив благодаря этому свои впечатления...» [5, с. 3].

Из заметки «Вятской речи» становится известно, что экскурсии по музею проводил сам Сергей Лобовиков — один из лидеров художественного кружка, именитый фотохудожник, общественный деятель, обладавший большим набором талантов. Однако из «Отчета» художественного кружка за 1910/1911 гг. следует, что помимо Лобовикова экскурсоводами становились и другие члены организации, изъявившие желание в часы открытия музея дежурить в нем [11, л. 5].

Посещаемость музея экскурсантами была очень высока. В период с 5 декабря по 1 января 1911 г. в музее побывали 1764 человека, а в целом со времени открытия и до 1 января 1913 г. — свыше 13000 человек [12, л. 10, 11]. В 1913 г. в «Вятской речи» даже появилась заметка с анализом аудитории музея за период с сентября 1912 по сентябрь 1913 гг. Анонимный автор обращает внимание на гендерный состав посетивших музей: «...Соединяя данные о посещаемости музея в оба периода времени, получается, что в течение года музей посетило: мужчин — 832, женщин — 400, и учащихся мужского пола 530, а женского — 294. Таким образом, оказывается, что взрослыми женщинами музей посещается в два раза меньше, чем мужчинами, а учащимися женского

пола почти в четыре раза слабее, чем учащимися мужского пола». Журналист пытается проанализировать, почему же женщины ходят на экскурсии в музей так редко? В итоге статья заканчивается следующим выводом: «...цифры красноречиво говорят нам о том, что вятская женщина слишком мало до настоящего времени уделяет внимания культурным интересам и потребностям, а должно быть наоборот: кому, казалось бы, как не женщине, оттесненной пока от политической жизни, отдаться служению интересам и вопросам духовной культуры и, в частности, искусства?» [7, с. 3].

К сожалению, ближе к Первой мировой войне и во время нее дела у художественного кружка пошли значительно хуже. Не хватало денег, земство лишило музей помещения, экспозиция вынуждена была скитаться по частным квартирам. За годы войны произошла лишь одна выставка, в ней участвовали только 29 художников, экскурсии почти прекратились.

Старейший вятский музей — публичный, основанный еще в 1863 г. П. В. Алабиным, переживал в начале XX века кризис. Его корни берут свое начало в 1870-е гг., когда музей был передан земскому училищу для распространения сельскохозяйственных и технических знаний и приготовления учителей. В 1880 г. это училище было преобразовано в реальное, а музей превратился фактически в кабинет наглядных пособий. Рамки «музея при училище» мешали развитию музея, которому не доставало рачительного и заботливого хозяина. Учреждением заведовали часто менявшие друг друга совместители из числа учителей, для которых работа в музее была дополнительной нагрузкой помимо педагогической деятельности.

В начале XX в. музей попадает под огонь критики в прессе. В 1905 г. анонимный посетитель (скрывался под инициалом «0») написал в газету «Вятский вестник» разгромную статью о неудовлетворительной работе музея [3, с. 3]. Критик отмечал пыль, грязь и беспорядок, царившие в музее. «Музей наш производит неприятное впечатление своей неряшливостью и беспорядком, царящим в различных его отделах...» — отмечал аноним. Второй раз «публичную порку» музею устроил еще один пожелавший остаться неизвестным его посетитель в 1912 г. [6, с. 3]. Заведующие музеем были вынуждены на страницах прессы отвечать на выпады в адрес учреждения, и указывали на то, что его финансовое положение не позволяет пополнять коллекции, закупать необходимое экспозиционное оборудование,

расширять музей, земство недостаточно его поддерживает и т.д.

В начале XX в. в музее было всего три отдела: естественно-исторический, промышленный и археологический. В первом находились образцы минералов, горных пород, окаменелостей, гербарий, чучела птиц, скелеты животных, раковины, коллекции насекомых, гнезд и яиц; в промышленном отделе — модели земледельческих орудий и машин, образцы почв, семена, предметы скотоводства, рыболовства и пчеловодства, изделия из дерева, руды, стеклянная и фаянсовая посуда и т.д. Наибольшую ценность представлял археолого-этнографический отдел.

Посетить учреждение можно было по выходным с 12 до 3 часов, вход оставался бесплатным. Заведовали музеем молодые начинающие учителя естественной истории: окончивший Петровскую лесную и земледельческую академию С. Н. Косарев (1889 – 1902), выпускники Казанского университета Н. В. Осткевич-Рудницкий (1903 – 1908) и Н. А. Ефимов (1908 – 1915). Эти тогда молодые педагоги и должны были проводить экскурсии в музее, но благодаря критическим заметкам в «Вятской речи» и «Вятском вестнике» сохранились сведения о крайне слабой работе по данному правлению. Так, в 1908 г. анонимный автор не просто снова раскритиковал музей за плохую организацию экспозиции, но и указал, что неплохо бы открывать учреждение для посетителей не только в выходные, но и в будние дни. Плюс ко всему в статье обращено внимание на фактическое отсутствие экскурсионного обслуживания посетителей: «...Хотя в воскресные дни было бы полезно давать объяснения посетителям, как это делается во всех других музеях» [4, с. 3]. Многие предметы музея никак не были названы, каталог в зале отсутствовал, экспонаты не сгруппированы по отделам — в итоге без комментариев заведующего обычному гостю ничего не возможно было понять.

При всем хаосе в организации работы музея в рассматриваемый хронологический период он все-таки активно посещался вятчанами. Собранный статистика позволила Кировскому краеведу Т. А. Дворецкой подсчитать, что ежегодно музей посещали от 2 до 5 тысяч человек. В основном это были горожане (свыше 40%), затем шли учащиеся и крестьяне, и совсем небольшой процент (от 2 до 7%) составляла интеллигенция [8, с. 30]. Современники имели несколько иное мнение. Так, анонимный автор критической заметки в «Вятском вестнике» в 1905 г. на основе попавшей к нему статистики посетителей музея за 1904 г. сделал свои выводы.

С его точки зрения, музей посещается горожанами «сравнительно мало», интеллигенции он почти не интересен, а в летние месяцы и вовсе простаивает без экскурсантов. В то же время в газете указано, что в октябре 1905 г. музей посетили 361 человек, из них 200 — это горожане, 87 учащихся и 74 крестьянина [3, с. 3]. В ответном слове заведующий музеем Осткевич-Рудницкий не стал рефлексировать по поводу количества и социального состава экскурсантов, а лишь указал, что критик поступил непорядочно, взяв у сторожа учреждения книгу посетителей и опубликовав публично данные внутреннего документа музея.

Таким образом, во всех музеях дореволюционной Вятки в рассматриваемых хронологический период проводились экскурсии. Чаще всего делали это заведующие музеем или кто-то из самых инициативных активистов общественных организаций (ВУАК, художественный кружок), поддерживавших учреждение. Все музеи работали только по выходным и по праздникам, время посещения было ограничено периодом с 12 до 3 часов, что, безусловно, мешало большому количеству публики посетить экскурсию в музее.

Однако важно отметить, что никакой методики проведения музейных экскурсий еще не существовало, равно как и системной работы в этом направлении. Основное внимание руководители музейных организаций уделяли комплектованию экспозиции, а вопросы касательно того, как о ней рассказать воспринимались как периферийные и мало-значимые. Экскурсии по музею при таком положении дел представляли собой набор комментариев и пояснений, которые, вероятно, чаще всего носили не заранее сформулированный и подготовленный, а импровизационный характер. При этом нельзя не отметить, что такие высоко эрудированные и образованные личности как С. А. Лобовиков или протоиерей Иоанн Сырцов обладали достаточным уровнем компетенций в своих отраслях знаний, чтобы помочь экскурсантам разобраться в экспозиции своих музеев.

Достаточно высокие цифры посещаемости вятских музеев при ограниченном времени работы учреждений и учете того фактора, что о них не было широко известно, говорят о стремлении вятчан к просвещению. Каждый гость был на вес золота, музеи вели учет посетителей и внимательно читали оставленные в специальных книгах комментарии экскурсантов, заведующие отвечали на критику в прессе.

Анализируя социальный состав экскурсантов, мы отмечаем его разнородность, среди посетителей не только люди разных сословий и уровня достатка, но и гости города и даже страны. Больше всего на экскурсии ходили воспитанники учебных заведений губернского центра и уездных городов, их посещения отмечены во всех музеях. Среди музейных экскурсоводов того времени тоже люди авторитетные и известные: прославленный фотограф и общественный деятель С. А. Лобовиков, селекционер и академик ВАСХНИЛ Н. В. Осткевич-Рудницкий, статистик и агроном С. Н. Косарев.

Касанов Антон Сергеевич,

к.и.н., доцент кафедры туризма и управления персоналом
Вятского государственного университета;
kasanv@rambler.ru

Гонцов Даниил Михайлович,

студент 4-го курса кафедры туризма и управления
персоналом Вятского государственного университета;
stud106064@vyatsu.ru

Библиографический список

1. Вечтомова Ю. Е. Развитие краеведения в российской провинции на рубеже XIX–XX вв. и деятельность Вятской ученой архивной комиссии: дис. ...канд. ист. наук. Киров, 2006, 266 с.
2. Вечтомова Ю. Е. Провинциальные музеи в конце XIX — начале XX в. и деятельность Трифоновского церковно-археологического музея в Вятке. / Вестник Вятского государственного университета. Киров, 2006.
3. Вятский вестник. 1905. №238. 12 ноября.
4. Вятская речь. 1908. №168. 25 сентября.
5. Вятская речь. 1911. №130. 19 июня.
6. Вятская речь. 1912. №109. 19 мая.
7. Вятская речь. 1913. №258. 3 декабря.
8. Дворецкая, Т. А. По следам музея: очерки Кировского областного краеведческого музея. Киров, 2011, 168 с.
9. Касанов, А. С. Влияние общественных организаций на социально-экономическую и культурную жизнь Вятско-Камского региона во второй половине XIX — начале XX в.: дис. ...канд. ист. наук. Киров, 2014, 225 с.
10. Отчет вятского Трифоновского церковно-археологического музея за 1913 — 1914 гг. Вятка, 1914, 9 с.
11. Центральный государственный архив Кировской области. Ф. 1294. Оп. 1. Д. 11.
12. Там же. Д. 14. Л. 10, 11.

Н. Г. Спицына

Котельничский палеонтологический музей

УДК 796.5

ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ КОТЕЛЬНИЧСКОГО ПАЛЕОНТОЛОГИЧЕСКОГО МУЗЕЯ

Котельнич — «родина динозавров», так говорят люди, когда приезжают в город. Котельнич известен палеонтологическим музеем и местонахождением рептилий Пермского периода палеозойской эры. Это действующие неразрывные части научно-исследовательского и туристско-рекреационного комплекса, представляющие город привлекательным туристским местом. В 1994 году в городе начал свою экспозиционную деятельность Котельничский палеонтологический музей, а в 2010 году музей обрел статус КОГБУК «Вятский палеонтологический музей» с филиалом в г. Котельнич. Сейчас деятельность музея вышла за рамки экспозиционно-выставочной работы, а музей и местонахождение являются важными туристско-рекреационными объектами Кировской области. Современная деятельность музея, направлена на привлечение туристов и расширение спектра услуг для гостей. Музей занимается научной, научно-познавательной, обучающей и просветительской деятельностью. Музей участвует в жизни города, принимает участие в событийном туризме на традиционной «Алексеевской ярмарке». Проводит тематические игровые программы и квесты в музее и за его пределами. Одной из популярных и востребованных форм работы с посетителями музея являются тематические квесты в парковой зоне г. Котельнич, а также выездные экскурсии в школы и детские сады г. Котельнич и Котельничского района.

Ключевые слова: палеонтология, пермский период, музей, научные исследования, туристско-рекреационная деятельность, экскурсионная деятельность, Котельнич.

Spitsyna N. G.

Kotelnich Paleontological Museum

HISTORY AND MODERNITY OF THE KOTELNICHSK PALEONTOLOGICAL MUSEUM — THE KOGBUK BRANCH «VYATKA PALEONTOLOGICAL MUSEUM»

Kotelnich is the birthplace of dinosaurs, that's what people say when they come to the city. Kotelnich is known for the paleontological museum and the location of reptiles of the Permian period of the Paleozoic era. These are the operating inseparable parts of the research and tourist-recreational complex, representing the city as an attractive tourist destination. In 1994, the Kotelnich Paleontological Museum began its exposition activity in the city, and in 2010 the museum acquired the status of the Vyatka Paleontological Museum with a branch in Kotelnich. Now the museum's activities have gone beyond the scope of exposition and exhibition work, and the museum and location are important tourist and recreational facilities of the Kirov region. The modern activity of the museum is aimed at attracting tourists and expanding the range of services for guests. The museum participates in the life of the city, takes part in event tourism at the traditional «Alekseevskaya Fair». Conducts themed game programs and quests in the museum and beyond. One of the most popular and popular forms of work with museum visitors are thematic quests in the park area of Kotelnich, as well as field trips to schools and kindergartens in Kotelnich and Kotelnichsky district.

Keywords: paleontology, Permian period, museum, scientific research, tourist and recreational activities, excursion activities, Kotelnich.

Введение. Город Котельнич является административным центром Котельничского района и одноимённого муниципального образования со статусом городского округа, площадью 29,2 км², населением — 22 508 чел. по состоянию на 2021 г. Котельничский район Кировской области обладает большим количеством ресурсов, располагающих к развитию туристско-рекреационной деятельности. Район характеризуется большим количеством ООПТ, в том числе заповедником, заказниками и памятниками природы регионального значения, а также музеями, что является привлекательным для туристов всех возрастов. Котельнич известен палеонтологическим музеем и местонахождением рептилий пермского периода палеозойской эры. Вместе они являются действующими неразрывными частями научно-исследовательского и туристско-рекреационного комплекса, представляющие город привлекательным туристическим местом. Тематика палеонтологического музея освещается в работах: А. Ю. Хлюпина, С. В. Наугольных, М. П. Арефьева, AndreCoffa [1-2]. Кроме того, туристско-рекреационная, просветительская и научная деятельность палеонтологического музея рассмотрена в работах преподавателей и студентов Вятского государственного университета [3-7]. В этих материалах рассмотрен туристско-рекреационный потенциал Котельничского района, включая объекты нашего исследования. Дано описание особенностей научного (палеонтологического) туризма как уникального вида для нашего региона. Именно палеонтологический туризм является важным туристским ресурсом для привлечения туристов в регион, т.к. он обладает достаточно высокой аттрактивностью для разных категорий туристов. Палеонтологический туризм делает посетителей не просто зрителями, а непосредственными участниками события.

Целью статьи является выявление особенностей функционирующего в городе Котельнич палеонтологического музея, который основан на ресурсах уникального в планетарных масштабах местонахождения древних рептилий палеозойской эры. Ведущими методами исследования в данной работе являются теоретические эмпирические методы. В статье мы даем обзор истории, современной деятельности музея, и раскрываем перспективы для будущего привлечения туристов в регион.

Результаты исследования. Город Котельнич расположен в среднем течении реки Вятки на правом высоком берегу, прорезанном с севера на юг огромным оврагом — котловиной, ниже впадения в неё реки Моломы. Котельнич является водным и железнодорожным

узлом, здесь смыкаются Северная и Горьковская железные дороги, позволяя туристам прибывать в Котельнич из разных регионов России. Важнейшими автодорожными путями являются тракты на Киров, Советск, Яранск и Даровской. Котельнич расположен на пересечении федеральных трасс Р-176 «Вятка» и Р-243 «Кострома – Шарья – Киров – Пермь». Находится на юго-западе от областного центра Кирова — по железной дороге — на расстоянии 87 км, по автотрассе — 124 км. Что бы понять откуда прибывают туристы, сотрудниками музея ведется опрос посетителей, на основании которого выявлено, для каких «центров распределения туризма» Котельнич доступен. Самыми частыми экскурсантами являются жители Кировской области. Из других регионов больше всего туристов прибывает из г. Москвы, Нижнего Новгорода, Казани, Йошкар-Олы, Ижевска.

Котельнич относится к малым историческим городам России, первое упоминание которого в «Повести о стране Вятской» (литературный памятник конца XVII — начала XVIII вв.) сообщается, что город был основан в 1181 году новгородцами на месте захваченного марийского городка Кокшарова. Кроме богатой археологии и истории, Котельнич известен палеонтологическим музеем и местонахождением рептилий пермского периода палеозойской эры. В комплексе — это действующие неразрывные части представляющие город привлекательным туристическим местом. 24 ноября 1994 года в г. Котельнич начинает свою экспозиционную деятельность Котельничский палеонтологический музей, в 2010 году музей обретает статус КОГБУК «Вятский палеонтологический музей» с филиалом в г. Котельнич.

Музей территориально образован на месте государственного памятника природы Котельничского местонахождение парейазавров. Парейазавры (что означает «щекастые ящеры») — это вымершая группа парарептилий, входящая в семейство *Pareosauridae*. Это были крупные травоядные животные, которые процветали в пермском периоде палеозойской эры и были глобально распространены по всему древнему материку Пангея. Время их обитания — около 265–252 млн лет назад. Памятник природы установлен Решением Кировского областного Совета народных депутатов от 29.10.1990 г. №498. Категория объекта — особо охраняемая природная территория. Тип объекта-памятник природы. Общая площадь 1172,62 Га. Статус территории — действующий регионального значения. Тематический статус — природно-исторический. Геологический тип — палеонтологический. Географические координаты 48°36' с.ш., 58°12' в.д.

Это крутой высокий правый берег р. Вятки с обнажающимися красноцветными толщами породы, относятся к северодвинскому горизонту верхнетатарского подъяруса и могут быть расчленены на пять литологически однородных пачек.

Обнажение позднего пермского периода у г. Котельнич, к которому приурочено одно из богатейших местонахождений позвоночных, начинается южнее железнодорожного моста в г. Котельнич и протягивается почти без перерывов более чем на 30 км вдоль высокого (до 60 м) правого берега реки Вятки вниз по течению до с. Вишкиль.

Одно из крупнейших в стране скоплений остатков наиболее древних ящеров-парейазавров и других наземных позвоночных животных (земноводных и пресмыкающихся) пермского периода палеозойской эры. В мире имеется лишь один аналог Котельничского местонахождения — плато Карру в Южной Африке.

На данный момент ископаемая фауна Котельничского местонахождения включает в себя более 20 видов позвоночных животных, ежегодно открываются новые виды и рода древних рептилий и амфибий, обитавших на данной территории в верхнепермскую эпоху около 260 миллионов лет назад. История местонахождения началась в 1933 году, когда недалеко от города, на правом берегу реки Вятки гидрогеологом С.Г.Каштановым, были найдены два прекрасно сохранившихся скелета древних парарептилий — парейазавров. В 1934 году под Котельничем уже работала научная экспедиция под руководством А.П.Гартман-Вейнберг. Впоследствии сотрудниками Палеонтологического института (ПИН) М.Ф.Ивахненко и О.А.Лебедевым была обоснована принадлежность этих и подавляющего большинства сделанных позднее находок котельничских парейазавров к новому роду, описанному ими, как дельтавьятия (*Deltavjatia vjatkensis*).

В последующие годы интерес к местонахождению несколько ослабевает, хотя оно уже считается одним из крупнейших в мире скоплений останков рептилий пермского периода палеозойской эры. Несколько находок других ископаемых животных было сделано под Котельничем в 1960-е и 1970-е годы сотрудниками ПИНа С.Н.Гетмановым, Ю.М.Губиным и М.Ф.Ивахненко. Обнаружены фрагменты черепов амфибии двинозавра (*Dvinosaurus primus*), более прогрессивного, чем *Deltavjatia*, парейазавра проелгинии (*Proelginiapermiana*), а также почти полный череп зверообразной рептилии пробурнетии вятской (*Proburnetia vjatkensis*). Также в большом количестве были найдены костные остатки парейазавра *Deltavjatia vjatkensis* — доминирующего компонента Котельничской фауны.

В 1990-1991 годах сбор фауны на местонахождении производил отряд московского кооператива «Каменный Цветок» под руководством Д.Л.Сумина. Именно в этот период были найдены остатки новых представителей Котельничской фауны, которые вызвали резонанс среди широкой научной общественности и сделали Котельнич местом паломничества для палеонтологов и геологов из разных стран мира. Впервые были найдены многочисленные скелетные остатки мелких зверообразных рептилий, близких к предкам млекопитающих.

С 1994 года и по сей день ежегодные исследовательские работы на Котельничском местонахождении производит отряд, состоящий из местных кадров. В данных работах активное участие принимали российские и зарубежные организации: Палеонтологический институт РАН, Монашский университет (Мельбурн, Австралия), университет Торонто и Королевский музей Онтарио (Торонто, Канада), Зенкенбергский музей естественной истории (Франкфурт на Майне, ФРГ), ряд других научных организаций.

Огромный вклад в научную, просветительскую и туристско-рекреационную деятельность музея внес её первый директор, ученый, геолог — исследователь Хлюпин Альберт Юрьевич, возглавлявший работу с 1994 по 2014 гг. Основу коллекции Котельничского палеонтологического музея составляют находки, сделанные экспедициями начиная с 90-х годов. В экспозиции музея представлены ископаемые не только с территории Котельничского местонахождения, но и из других регионов России, включая копии находок, получивших мировую известность. Древние ящеры, бродившие по побережью древнего моря (сейчас там протекает река Вятка) в Котельничском районе, теперь покоятся под стеклянными витринами в Котельничском палеонтологическом музее.

Основной миссией музея всегда было изучение и сохранение Котельничского местонахождения и других палеонтологических памятников природы Кировской области. Поэтому одно из приоритетных направлений в работе — полевые сезоны. Поиск новых находок и раскопки — главная цель работы музея. Климатические особенности региона дают для этого, в лучшем случае, период с мая по середину октября. Важнейшей точкой остается Котельничское местонахождение парейазавров. Работы на нём начинаются в конце мая — начале июня, когда начинает спадать весеннее половодье и костеносные слои выходят из-под воды. Весенний паводок смывает часть берега и уносит мелкую глинистую осыпь. При этом берег становится наиболее благоприятным для поиска окаменелостей. Именно в это время сотрудники музея и стараются выезжать на местонахождение с целью

проведения разведки — осмотра местонахождения с целью поиска новых находок. Находки не крупные или хрупкие, близкие к урезу воды, выкапываются сразу. Крупные находки пропитываются клеем для сохранности, фиксируются на карте, чтобы выкопать позже. Раскопки некоторых находок даже откладываются на следующий полевой сезон. Главная задача — осмотреть максимально внимательно весь берег, пока глинистая осыпь не покроет костеносные слои, скрывая возможные находки. Такая разведка, как правило, длится недолго — около 3 дней. После того, как основной поиск проведён, становится понятным объём требуемых работ.

В течение лета планируются выезды для изъятия находок. Такие мини-экспедиции для раскопок могут длиться до полутора недель. За это время сотрудники музея стараются взять все находки, параллельно вновь проискивая берег. Процесс раскопок — ответственный процесс, требующий особой тщательности. В первую очередь определяются границы залегания скелета. Тут не обойтись без знаний анатомии. Нужно учитывать, что скелеты могут быть деформированы и изогнуты. После того, как границы определены, начинается процесс окапывания скелета. В ходе этого скелет остаётся лежать в породе, а вокруг него выкапывается траншея шириной до полуметра.

На всех этапах работы соблюдается предельная осторожность, чтобы не повредить хрупкие окаменелости. В конечном итоге получается своеобразный глиняный вырост — «гриб», с заключённым внутри скелетом животного. Чтобы скелет был максимально сохранён, его нужно защитить от разрушений в процессе доставки в лабораторию. В работе чаще используется широко распространённая технология так называемого «монолита» или, как его еще называют сотрудники музея, «гипсового пирога». При этом окаменелости остаются в окружающей породе, а гипсовый чехол предотвращает рассыхание и растрескивание находки. В таком состоянии находку транспортируют в лабораторию, где она подвергается уже более тонкой и скрупулёзной обработке.

Работа по поиску находок не ограничивается только Котельничским местонахождением парейазавров. Сотрудники музея осуществляют выезды и на другие точки Кировской области, интересные с точки зрения палеонтологии. Вятский палеонтологический музей несколько лет продолжает работу, связанную с палеонтологическим исследованием родного края. Кировское отделение Русского географического общества (РГО) и Служба Специального Контроля Министерства обороны Российской Федерации организовала рекогносцировочное исследование Нагорского района Кировской области.

К сотрудникам Вятского палеонтологического музея в этой экспедиции присоединились воспитанники геологического клуба «Петрос» (г. Киров), учащиеся художественной школы города Кирово-Чепецка и научный сотрудник палеонтологического института Российской академии наук (ПИН РАН) (г. Москва). Главной целью поездки в Нагорский район явилась проверка геологических и палеонтологических памятников природы, описанных в научной литературе, а также инспектирование местонахождений, обнаруженных в прошлом году.

В ходе поездки участники осмотрели 4 местонахождения близ населённых пунктов: д. Нижний Терюхан, с. Кобра, п. Орлецы и с. Синегорье. Благодаря данной экспедиции были обнаружены новые места с выходами геологических и палеонтологических обнажений, нуждающиеся в особом исследовании и бережном отношении.

Основу коллекции музея составляют не только находки, сделанные экспедициями последних лет на Котельничском местонахождении, но и окаменелости, слепки и скульптуры из других регионов России и других стран, включая копии находок, получивших мировую известность. Музей занимается научной, научно-познавательной, обучающей и просветительской деятельностью.

Музей участвует в жизни города, принимает участие в событийном туризме на традиционной «Алексеевской ярмарке». Проводит тематические игровые программы и квесты в музее и за его пределами.

Одними из популярных и востребованных форм работы с посетителями музея являются тематические квесты в парковой зоне г. Котельнич, а также выездные экскурсии в школы и детские сады г. Котельнич и Котельничского района. Дошкольные программы по времени рассчитаны на 30–45 минут. Для детей школьного возраста 40–60 минут. Квест в парковой зоне проходит этапами и занимает по времени около 1,5 часов. В ходе проведения квеста и тематических экскурсий в зависимости от возраста дети узнают о истории и палеонтологии родного края.

Всесезонная экскурсия по старинному городу Котельничу, открывает археологические тайны и историю города с 3 тыс. до н.э. до современности. Котельничский палеонтологический музей сотрудничает зав. НИ археологической лабораторией ВятГУ А. О. Кайсиным при создании временных выставок в музее. Экскурсия по городу продолжается 1–2 часа. Экскурсионная программа по городу начинается с момента прибытия группы, проходит во время перехода между посещаемыми объектами.

В полевой сезон с июня по октябрь музей принимает заявки на экскурсии, где проводятся

раскопки. Судя по отчетам за последние годы, у Москвичей и жителей города Кирова — Котельнич и его окрестности с музеем, особо популярный вид научного-познавательного и историко-палеонтологического туризма. Экскурсия на место раскопок в районе Соколей горы продолжается 3–4 часа. Район, где проводятся экскурсии богат археологией и одновременно является палеонтологическим объектом. Рассказ ведется об истории местонахождения, спуск к урезу воды: геология, почвы, климат, стратиграфия, палеонтология, палеофауна, поисковые и разведочные работы с применением палеонтологических инструментов, поисковые работы игровых модулей, и если повезет, увидеть, как ведутся сотрудниками музея раскопки останков ископаемых рептилий. Можно заранее оставить свои контактные данные в музее и непосредственно в момент раскопок приехать на экскурсию, затем остаться в палеонтологическом лагере в качестве волонтера.

Музей представлен четырьмя залами. Два зала — постоянная экспозиция.

Первый зал представлен геохронологической таблицей и экспонатами: подлинниками, копиями и скульптурами эр и периодов по геохронологической шкале. В этом зале экскурсовод расскажет происхождение солнечной системы; образование материков и океанов; движение литосферных плит; появление и вымирание видов флоры и фауны; окаменелости, и как они образуются.

Второй зал окаменелости рептилий, обнаруженные на государственном памятнике природы «Котельничском местонахождении парейазавров», а также их скульптуры в натуральную величину: парейазавры, эмеролеттер, никтеролеттер, дицинодонты, суминии, горгонопсы, дицинодонды.

Третий зал — временные тематические выставки (четыре раза в год), в том числе по тематике музея, например в июле 2022 года презентовали выставку «Чудо Чудинова» из фондов Пермского краеведческого музея о работе одной из самых масштабных палеонтологических экспедиций в истории страны в 1952–1960 годов, рядом с городом Очёр Пермского края под руководством Петра Константиновича Чудинова.

Четвертый зал — мастер-класс, кинозал. После экскурсии посетители могут заказать мастер-класс платно и посмотреть короткометражный тематический фильм.

Выводы. Таким образом, при исследовании были выявлены особенности истории и современного развития Котельничского палеонтологического музея, основанного на ресурсах уникального в планетарных масштабах местонахождения древних рептилий кайнозойской

эры. Как само местонахождение, так и палеонтологический музей обладают огромным туристско-рекреационным и научным потенциалом, что привлекает сюда посетителей не только из Кирова и Котельнича, но также и из других регионов России, и из зарубежных стран. Сюда едут как туристы, так и ученые, студенты, аспиранты из ВУЗов России и зарубежных организаций. Музей является основным экскурсионным объектом города и притягивает турпотоки. За год музей в Котельниче посещает около 5 тысяч туристов и экскурсантов. Основные направления деятельности музея: научно-исследовательская, просветительская и туристско-экскурсионная деятельность. Перспективы развития музея связаны с обустройством нового пространства, а именно создания нового туристско-рекреационного объекта в палеонтологическом парке-музее города Котельнич с учетом туристской аттракции.

Спицына Наталья Геннадиевна,

заведующий Котельничским палеонтологическим музеем (филиал КОГБУК «Вятский палеонтологический музей»), магистрант кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета, ngspicina@mail.ru

Библиографический список

1. Парк пермского периода на вятской земле: / А. Ю. Хлюпин, С. В. Наугольных, М. П. Арефьев, AndreCoffa // Кировская областная типография. 2000. 56 с.
2. Вятские динозавры: / Авт.-сост. А. Ю. Хлюпин. - Киров: Рекламное агентство «Тет-а-Тет», 2012. 60 с.: ил.
3. Веприкова А.А., Куклина Е.А. Особенности пространственной организации туризма Зуевского района Кировской области / А. А. Веприкова, Е. А. Куклина // География и туризм. 2021. № 2 (8). С. 52–59.
4. Масютин В.В., Жуйкова И.А. Туристский потенциал Котельничского местонахождения ископаемых позвоночных животных (верхний отдел Пермской системы), Кировская область. Материалы научной конференции «География и регион», Пермь 2015.
5. Масютин В.В. В поисках вятских ящеров (палеонтологическая экспедиция школьников). Педагогическое искусство. 2019. № 1. С. 34–40.
6. Пахомова О.М. Экспедиция как метод повышения качества обслуживания посетителей Вятского палеонтологического музея. В сборнике: Тур-фактор 2014: Стратегии развития туристско-рекреационной сферы региона. Материалы VII Международной научно-практической конференции. 2014. С. 139–141.
7. Туристские маршруты как компонент туристско-рекреационного пространства Кировской области / Е. В. Конышев, Ю. А. Колесова, А. И. Кузнецова [и др.] // Успехи современного естествознания. 2021. № 7. С. 39–46.

Дорогие коллеги!
Приглашаем вас к публикации
в научном рецензируемом журнале
«ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ»

С 2005 года кафедра туризма географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета издает сборник научных трудов «География и туризм». В 2016 г. издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, с 2018 года является периодическим научно-практическим журналом, рецензируемым РИНЦ.

Для публикации в журнале принимаются статьи
по следующим направлениям:

1. Теория и практика туризма. Туристское проектирование
2. Современные тенденции в международном сервисе и туризме
3. Сервис и туризм: региональное экономическое развитие
4. Экология и туризм
6. Оценка туристского потенциала и туристское районирование
7. Культурная география
8. Экскурсионный практикум, музейное дело
9. «Путешествие географа»: очерки и эссе

Рекомендации по оформлению материалов:

Объем статьи (включая текст, рисунки, таблицы, библиографический список) от 0,5 до 1 печ. листа (7–14 стр.). Формат Word, размер шрифта — кегль 12, интервал — 1,5, поля — по 1 см., максимум 2 рисунка, 2 таблицы. К статье прилагается развернутая аннотация, которая отражает суть исследования и ключевые слова на русском и английском языках, а также информация об авторах (ФИО полностью, ученая степень, звание, должность, место работы, на русском и английском языках, контактный телефон, почтовый адрес и e-mail). Библиографический список оформляется по алфавиту, в тексте в квадратных скобках указывается порядковый номер источника по образцу: [1, с. 12-20]. Ссылки на электронные ресурсы оформляются согласно ГОСТ Р 7.07-2009 (с указанием даты доступа).

Журнал зарегистрирован как печатное издание, распространяется по профильным кафедрам вузов России и ближнего зарубежья. Гонорары авторам не выплачиваются.

Материалы принимаются два раза в год: до 15 мая и до 15 октября текущего года в электронном виде по e-mail: firssowa@mail.ru и turizm@psu.ru Фирсовой Анастасии Владимировне.

За дополнительной информацией, а также по вопросам приобретения журнала можно обращаться по телефону (342) **239-66-01** или **614990**, **Россия, Пермь, ул. Букирева, 15, Пермский государственный национальный исследовательский университет, географический факультет, кафедра туризма.**

Коллектив кафедры туризма географического факультета
Пермского государственного национального
исследовательского университета
открыт для сотрудничества и общения!

Научное издание

ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ
Geography and Tourism

Научный рецензируемый журнал

Выпуск 1 (9) /2022

Корректор Фирсова А. В.
Компьютерная верстка: Сидоров В. В.

Адрес учредителя, издателя:

614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Пермский государственный
национальный исследовательский университет.

Адрес редакции:

614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Географический факультет
Тел.: (342) 2-396-601;
e-mail: *turizm@psu.ru; firssowa@mail.ru*

Издательский центр
Пермского государственного
национального исследовательского университета.
Адрес: г. Пермь, ул. Букирева, 15

Отпечатано в ООО «Литера»
г. Соликамск, Соликамское шоссе, 17.

Цена свободная

Подписано в печать 24.10.2022
Выход в свет: 31.10.2022
Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 12,09
Тираж 250 экз. Заказ 1927.

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Журнал «География и туризм» публикует научные статьи туристско-рекреационной тематики, исследования в сфере сервиса и маркетинга турпродуктов, работы по экскурсоведению, музейному делу и туристскому брендингу.

В настоящий выпуск включены статьи, которые поступили в редакционную коллегию журнала в соответствии с тематическими рубриками издания. Это исследования представителей академической науки, преподавателей, магистрантов, а также специалистов бизнес среды и практиков туризма из городов России и ближнего зарубежья: Москвы, Еревана, Мурманска, Владикавказ, Саратова, Кирова, Котельнича, Перми.

В статьях рассмотрены вопросы, развития отдельных видов туризма в России и за рубежом: теоретические аспекты религиозного и паломнического туризма, путешествия как метод научных исследований, вопросы гостиничного менеджмента и туристского налогообложения, нишевые виды туризма и деятельность ивент-агентств, роль художественной литературы в создании туристских аттракций, вопросы безопасности и маршруты активного туризма, музейные практики и гастрономический туризм.

На обложке журнала традиционно размещается фотография одного из популярных туристских объектов Пермского края.

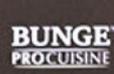
Журнал будет интересен тем, кто занимается проблемами туризма и сервиса в России и мире.



Организаторы



Легендарные партнеры



Топ-партнеры



Партнеры



Генеральный информационный партнер

РЕСТОРАНОВЕД

Стратегический информационный партнер

591RU

Информационные партнеры

BUSINESS CLASS

HoReCa

ЧЕЧКА

Retail Loyalty