

1/2021

научный
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 (7)/2021 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)

Мышлявцева С. Э. (к. г. н., г. Пермь)

Сафарян А. А. (к. г. н., г. Пермь)

Харитонова 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: сплав по р. Сылве, фото А.В. Щепеткова

© ПГНИУ, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

Басик С.Н. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА БРЕНДИНГА МЕСТА: ОБНОВЛЕННЫЙ ВЗГЛЯД С ЗАПАДА	5
Гафиятова А.М. ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «ТИПОЛОГИЯ СТРАН МИРА» ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ГЕОГРАФИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА» ДЛЯ СТУДЕНТОВ БАКАЛАВРИАТА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 43.03.02 ТУРИЗМ	11

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Мышлявцева С.Э., Ланин В.В., Баранова А.Е. МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ПЕРМИ)	15
Волк Е.Н. МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА	23
Овчинникова И.Г. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ	29

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Тиунова М.М., Фролова И.В. К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТЯХ РАЗВИТИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПОЛЯРНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ	32
Зырянов А.И., Брюхова В.А., Воронцова Ю.В., Дружинина Ю.А., Мельников М.А., Мыльников В.Е., Останин В.С., Смирнов В.Е. ЮСЬВИНСКИЙ РАЙОН ПЕРМСКОГО КРАЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ	40
Безматерных Е.О., Кадебская О.И. ОРГАНИЗАЦИЯ ГЕОТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ПУТЬЮ СОЗДАНИЯ ГЕОПАРКА «СЫЛВЕНСКИЙ»	50
Галачиева Л.А., Ваниева В.В. МАМИСОН — КАК ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РСО-АЛАНИЯ	57

АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

Родоман Б.Б. МОИ ОДНОДНЕВНЫЕ МАРШРУТЫ В ПОДМОСКОВЬЕ	62
Мичурин С.Б. НОВЕЙШИЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ АКТИВНОГО ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ	67
Мышлявцева С.Э., Брюхова В.А., Воронцова Ю.В., Дружинина Ю.А., Мельников М.А., Мыльников В.Е., Останин В.С., Смирнов В.Е. КАМЕННЫЙ ГОРОД: МОНИТОРИНГ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ	71
Шайфуллин М.Р. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОННЫХ МАРШРУТОВ В СТЕПНЫХ ЛАНДШАФТАХ	79
Митягина А.Э., Мазеина А.И. ПАРКИ И ПАРКОВЫЕ ПРОСТРАНСТВА: ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, РЕКРЕАЦИОННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ	86

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ

Кицис В.М., Неяскина А.В. ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ ПАЛОМНИЧЕСКО-РЕЛИГИОЗНОГО КЛАСТЕРА «САРАНСК – ТЕМНИКОВ – САНАКСАРЬ»	93
Фирсов В.С., Фирсова А.В. «КТО ВЫ, ПАСТЕРНАК?» ОГРАНИЧЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ЛИТЕРАТУРНОГО МУЗЕЯ	98

ПУТЕШЕСТВИЕ ГЕОГРАФА: ОЧЕРКИ И ЭССЕ

Абашев В.В., Абашева М.П. ПОРТУГАЛИЯ: ОКНО В ОКЕАН	104
Кузьмин А.В. СЛОВАРЬ СПЛАВЩИКА	107

ПРЕДИСЛОВИЕ

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

в настоящий выпуск журнала включены статьи, которые поступили в редакционную коллегию журнала в соответствие с тематическими рубриками издания. Это статьи представителей академической науки, преподавателей, магистрантов, а также специалистов бизнес среды и практиков туризма из городов Владикавказ, Волгоград, Казань, Китченер (Канада), Москва, Пермь, Саранск.

В статьях рассмотрены вопросы теории и практики туризма, развития отдельных видов туризма в регионах. Ряд статей посвящен проблемам, которые испытывает отрасль в связи с введением мероприятий по предотвращению распространения COVID-19, вопросам внедрения цифровых технологий в сфере туризма. Раздел «Путешествие географа» носит беллетристический характер и включает оригинальные наблюдения, сделанные авторами во время поездок и походов.

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

С.Н. Басик

Конестога колледж

УДК 911.3

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА БРЕНДИНГА МЕСТА: ОБНОВЛЕННЫЙ ВЗГЛЯД С ЗАПАДА

Статья представляет собой краткий аналитический обзор книги «Программа исследований по брендингу места» (Челтнем, Великобритания: Издательство Эдвард Элгар, 2021) под редакцией Доминика Мэдуэя, Гэри Уорнаби и Джона Байрома. В рецензируемом сборнике исследуются некоторые теоретические и практические аспекты брендинга мест и представлены новые исследовательские направления в этой области с точки зрения ряда ведущих англоязычных ученых. В статье делается вывод о том, что теоретические положения и идеи из рецензируемой книги будут интересны постсоветским географам и представителям социального блока наук, а также практикам в сфере маркетинга и городского планирования и студентам.

Ключевые слова: брендинг места, культурная география, география туризма.

Sergei N. Basik

Conestoga College, Kitchener, Ontario Canada

THEORY AND PRACTICE OF PLACE BRANDING: AN UPDATED WESTERN PERSPECTIVE

This essay serves as a short analytical review of Medway D., Warnaby G., Byrom J. (eds.), A Research Agenda for Place Branding. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2021. The reviewed volume explores some theoretical and practical aspects of place branding and provides new research agenda in this field by leading Anglophone scholars. The paper concludes that the theoretical positions and conclusions from the reviewed book will be of interest to post-Soviet geographers, other social scientists, as well as practitioners and students.

Keywords: place branding, cultural geography, tourism geography.

Введение. Изучение пространственных измерений процессов брендинга места, или брендинга территорий в традиционной постсоветской интерпретации термина, в разнообразных географических, социально-политических и экономических контекстах представляет собой динамичное междисциплинарное поле исследований как в пределах, так и за пределами англосферы. В последнее десятилетие в мире наблюдается просто экспоненциальный рост количества публикаций

по данной теме, в том числе географических работ по целям, объектам исследования и содержанию (география туризма, культурная и социальная география, геоурбанистика и т. д.) Популярность тематики в русскоязычном и, шире, постсоветском секторе науки подтверждается, например, Научной Электронной Библиотекой на портале *elibrary.ru*, которая на начало июля 2021 года выдает более 11 700 публикаций в общем поисковом запросе по ключевому слову «брендинг территории». Крайне разнообразен разброс тематики — от международного маркетинга до моделирования брендов, от взаимозависимости между территорией, местным населением, туристами и бренд-менеджерами до влияния имиджа места на региональную

© Басик С.Н., 2021

Басик Сергей Николаевич,
к.геогр.н., профессор, Конестога колледж,
Школа междисциплинарных исследований,
Conestoga College, Kitchener, Ontario, Canada;
sbasik@hotmail.com

идентичность, и так далее. Ключевой проблемой, несомненно, здесь является качественная характеристика многих работ, выраженная недостатком серьезной современной теоретической и методологической базы исследований. Автоматическое и поверхностное калькирование западных научных парадигм, терминологического аппарата и методов на постсоветскую почву далеко не всегда приносит успех, также, однако, как и неоправданный научный изоляционизм. В тоже время, адаптация теоретико-методологических подходов, генерируемых в западной научной среде, применение «западного» научного опыта к постсоветским географическим, geopolитическим и социо-культурным реалиям логично ведет к расширению горизонтов научного познания и вариантов прикладного применения, в том числе, в сфере брендинга.

Новая книга Medway D., Warnaby G., Byrom J. (eds.) *A Research Agenda for Place Branding*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2021, рассматриваемая в предлагаемом кратком аналитическом обзоре, издана при участии группы ведущих западных ученых, может частично заполнить упомянутые выше серьезные пробелы. Несмотря на различные теоретико-методологические установки и специфику анализируемого материала, этот сборник статей синтезирует текущее состояние и перспективы исследований, связанных с различными аспектами брендинга мест, имиджа территории, маркетизацией и монетизацией географического пространства с помощью разнообразных практик и стратегий на различных уровнях, от локального до регионального, и предлагает свежие теоретические разработки и методологические подходы к практикам управления брендингом места. В настоящем материале мы приводим общий обзор структуры и содержания глав книги сопряженно с некоторыми краткими аналитическими замечаниями.

Обзор книги. Данный междисциплинарный академический сборник оригинальных статей, отредактированный такими авторитетными учеными, как Доминик Мэдуэй, Гэри Уорнаби (оба — Манчестерский Городской университет) и Джон Байром (университет Ливерпуля), охватывает ключевые темы, где объединены материалы, отражающие разнообразие перспективных современных научных представлений о брендинге места. Книга состоит из 19 глав, разделенных на введение и четыре тематических сегмента: первый раздел освещает вопросы системы управления брендингом места, второй — различные контексты брендинга места, третий рассматривает

вопросы опыта и брендинга места, и четвертый, посвящен брендингу места и креативности.

В главе 1, выполняющей функции введения, кроме общей формулировки содержания и традиционного краткого обзора глав, редакторы сборника очертили потенциальные важные направления исследований брендинга места в «постковидном мире». Отмечается, что в отличие от «доковидной» эпохи, с брендами, ориентированными за национальные пределы, в мире, где международные авиаперелеты сокращаются (либо прекращаются вообще), трансформируется пространственная социальная активность населения, люди становятся более «локальными» как для работы, так и для отдыха. В таком случае брендинг места будет переключаться и фокусироваться больше на внутреннего потребителя с поворотом к локальному и региональному содержанию, в частности, в туристической деятельности. Данный вывод крайне актуален и для постсоветских стран, находящихся в разных условиях и имеющих, в силу многих причин, разные возможности в плане борьбы с пандемией.

Первый раздел книги, Управление брендингом места, включает главы 2–5, и начинается работой Арама Айзеншитца (Миддлсекский университет, Великобритания), где автор использует политический подход к брендингу места. Здесь утверждается, что брендинг не просто «продает места», изменяя их имидж, но активно участвует в неолиберальной политической трансформации городов через изменение классовых отношений и устранение барьеров на пути прибыльного накопления капитала и стимулирования процесса накопления (например, через фактическое сокращение финансовой и политической автономии местных органов власти, поставленных правящей элитой в зависимость от внешних инвесторов). Отмечается, что символическая городская политика брендинга должна применяться и анализироваться не только исключительно с позиции экономических интересов, но с учетом социально-политических факторов, важных для местного населения.

В главе Эфе Севина (Тоусонский университет, США) предлагается новое направление исследований брендинга места на основе современных, обусловленных цифровыми технологиями, вычислительных подходов. В предлагаемом автором главы 3 направлении выделяются две сферы: изменения в практике и изменения в доступности данных (или методов) анализа для исследователей. Первая сфера, ориентированная на практику брендинга, должна развиваться на основе алгоритмов как мощных инструментов вычислений, является широко

известным направлением, например, в концепции «умного» города — smart-city, которое все чаще применяется менеджерами и маркетологами. Здесь речь также идет об использовании социальных сетей, сетевых сообществ, создании пользовательского контента, брендинге в реальном времени и других практиках. Вторая сфера связана с переходом от традиционных методов и изменениями в доступности методов сбора данных и их анализа для исследователей. Автор также ратует за исследования, которые бы основывались на новых источниках данных и возможностях анализа, а не на новых технологиях как таковых, чтобы не позволять конкретным платформам или их функциям ставить задачи и создавать зависимость только от них.

Андреа Инч (университет Оtago, Новая Зеландия) в своей главе рассматривает концепции вовлеченности местных жителей в городской брендинг и определение форм, которые он может принять для членов местного сообщества. Глава представляет собой обзор, где анализируются предшествующие исследования на стыке урбанистики, брендинга и городского менеджмента, в рамках участия и вовлеченности членов местного сообщества в процесс брендинга городских мест с акцентом на представление идентичности места. Резюмируется, что на основе существующих исследований, местные жители, среди прочих заинтересованных сторон, «являются неотъемлемой частью городского брендинга», так как именно их активность, как граждан, формирует и укрепляет городскую идентичность, и способствует «совместному» созданию бренда [1, с. 62]. Данный факт представляется исключительно важным для понимания процессов брендинга территории на постсоветском пространстве, где зачастую местные жители изолированы от других акторов (власть, городское управление, бизнес структуры и т. д.) в плане принятия решений.

В заключительной главе первого раздела (авторы Эдуардо Оливейра, университет Киля, Германия, Кристоф Ван Ашэ, университет Альберты, Канада и Рауль Бойнен, Открытый университет Нидерландов), обсуждается взаимосвязь между пространственным планированием и брендингом места. Здесь утверждается, что анализ данных взаимосвязей вскрывает их роль в поддержке городских районов в достижении целей устойчивого развития (социальных, экономических и экологических). Авторы приходят к выводу, что, если не знать процессы функционирования пространственного управления, т. е. как соответствующие акторы (местные органы власти, учреждения, организации, и частные субъекты) решают организовывать

и управлять конкретной технологией планирования, «брендинг места не может полностью раскрыть свой потенциал» [1, с. 68] и даже препятствовать устойчивому пространственному развитию региона или города.

Раздел II (Контекст), включающий главы 6–11, стартует с работы Алекса Владимирова и одного из редакторов, Гэри Уорнаби (оба — Манчестерский Городской университет). Брендинг места через маркетинговый выбор местоположения авторы предлагают рассмотреть сточки зрения поведенческой экономики, где основное внимание уделяется эвристике и «когнитивным ярлыкам», которые могут повлиять на принятие решений с точки зрения выбора, где, например, работать или инвестировать, и фактическое поведение человека не всегда соответствует ожиданиям традиционных экономических теорий. В частности, предлагаемое направление брендинга места поможет понять, как люди принимают решения о выборе местоположения, зависящие не от экономических (финансовых, например) факторов, а от таких, казалось бы, необъективных, как социальные отношения и чувство принадлежности (или привязанности) к месту.

В следующей главе доктор Адриана Кампелу (директор по устойчивому развитию города Салвадор, Бразилия) рассматривает влияние на брендинг роли городов в таких глобальных программах, как устойчивое развитие. В главе обсуждаются концепции теории социально-экологических систем, и рассматриваются современные инициативы городов в области изменения климата. Автор предполагает, что в свете пандемии и остальных глобальных комплексных проблем, брендинг конкретного места будет зависеть от того, насколько успешны город или страна в борьбе с этими текущими проблемами.

В главе 8 Сесилия Кассингер (Лундский университет, Швеция), Андреа Лукарелли (Стокгольмский университет) и Сильвия Дымоти (Копенгагенская бизнес-школа) рассматривается специфика получившей развитие в недавнее время «северной (скандинавской) волны» брендинга места как особого направления исследований. Авторы опровергают традиционные общепринятые мифы и стереотипы бренда северных стран (социальное обеспечение, мир, социальное равенство) и подчеркивают прошлые и текущие проблемы, связанные с колониализмом, экспансией, правым радикализмом и маргинализацией в различных формах. Они пропагандируют идею северного (скандинавского) подхода к брендингу, который изменяет стратегию и тактику брендинга места в регионе и выходит за примитивный, чисто «географический» контекст.

Очевидно, что опыт скандинавских исследователей и практиков представляет значительный теоретический и практический интерес для постсоветских регионов, поскольку позволяет по новому взглянуть на роль локальных и региональных процессов в формировании брендинга мест, избегая излишней мифологизации, стандартизации и примитивизации, когда бренд уже не соответствует реалиям, а зиждется на стереотипах прошлого.

Далее, Стив Миллингтон, Хлоуи Стэдман, Гарет Робертс и Доминик Медуэй (все — Манчестерский Городской университет) в своей главе изучают сложные пространственные связи между локальным и глобальным в переплетении места, брендинга и футбола, анализируя практики брендинга английского футбольного клуба «Манчестер Сити». Здесь прослеживаются сложные пространственно-экономические взаимосвязи между амбициями политической управляемой элиты города Манчестер и финансовыми интересами компании-хозяина клуба, базирующейся в Абу-Даби, ОАЭ, по созданию Манчестера как нового «глобального» города. В главе 9 можно также усмотреть многие интересные параллели в плане роста амбиций (в том числе глобальных) в брендинге постсоветского пространства (например, «спортивные» интересы Газпрома, и др.).

В главе 10 Аннет Теркельсен, Лора Джеймс и Хенрик Халкиер (все — Ольборгский университет, Дания) рассматривают роль целей стратегии устойчивого развития ООН для брендинга места. Авторы сочетают историческую перспективу стратегии устойчивого развития с современными примерами практики, связанной с брендингом. Отмечается, что острой является задача согласования целей устойчивого развития с конфликтующими коммерческими интересами брендинга места. В частности, местные жители играют двойную роль — и в качестве заинтересованной стороны, вносящей вклад в брендинг места, и в качестве целевых групп для брендинга, создавая дилемму для практиков.

Наконец, в последней главе раздела специалист в области цифрового маркетинга Брэндан Дж. Киган (Манчестерский Городской университет) предлагает более широкий взгляд на взаимосвязи между цифровой трансформацией брендинга мест сквозь призму управления местами. На основе анализа литературы автор выделяет три аспекта управления местами: маркетинг мест, создание мест, обслуживание мест. Далее отмечается, что отсутствуют долгосрочные исследования роли цифровых приложений, а среди потенциальных направлений для будущих

исследований упоминаются применение искусственного интеллекта, процессов цифровой автоматизации и анализ настроений в социальных сетях.

Раздел III (Опыт) включает главы 12–16. В своей исключительно теоретической главе, посвященной феноменологии постчеловека, Джек Коффин (университет Манчестера) отходит от антропоцентрического подхода, пытаясь рассмотреть, как животные или искусственно созданные умные объекты могут воспринимать места и каковы последствия этого для брендинга мест. Несмотря на потенциал создания более экологического и равноправного подхода к теории брендинга места, автор не без оснований отмечает, что постчеловеческую перспективу бренд-менеджерам и другим заинтересованным лицам будет довольно сложно полностью принять.

В следующей главе Дженни Роули (Манчестерский Городской университет) и Соня Ханна (Бангорская бизнес-школа, Великобритания) рассматривают явление «совместного создания бренда места». Авторы указывают, что бренды мест и дестинаций должны соответствовать идентичности места, а связанный с ней опыт совместно создается множеством заинтересованных сторон (маркетинговыми организациями, государственным сектором, жителями, туристами, социальными сетями и т. д.). В главе отмечаются преимущества и трудности совместного создания брендов и представляются ряд направлений для будущих исследований.

В главе 14 Мария Личроу и Лиза О'Мэлли (обе — университет Лимерика, Ирландия) рассматривают, как практика брендинга мест с их акцентом на коммодификацию, включая серийное воспроизведение достопримечательностей, оказывает гомогенизирующее воздействие на места, в то же время подпитывая стремление туристов к большей аутентичности. Также, здесь исследуется, как более современное маркетинговое мышление открывает новые возможности, способствуя «совместному созиданию, осознанию ценности и потенциалу экзистенциальной аутентичности» [1, с. 215]. Авторы полагают, что в будущей практике целесообразно рассмотреть вопрос о том, как туристические места могут производить такие ресурсы, поднимающие и приносящие стоимость. Исходя из этого, бренд места будет скорее символическим ресурсом, который служит для более эффективного воспроизведения и интеграции маркетинговой деятельности.

Лора Рейнольдс и Николь Кониг-Льюис (обе — Кардиффский университет, Великобритания) в следующей главе исследуют то, как заинтересованные стороны «коллективно развиваются, выделяют и передают

значения, присвоенные месту» посредством взаимодействия акторов [1, с. 234]. Данный сложный процесс состоит из трех этапов, а именно создания, фильтрации и восприятия ощущений. На примере тридцати восьмидесятиминутных полных интервью с ключевыми акторами города Бат, Великобритания, авторы основное внимание уделяют передаче и «фильтрации» значений при попытке создать конкретный образ города для интеграции маркетинговой деятельности. Однако следует отметить, что, несмотря на вторичность по отношению к исследованию, здесь просматривается серьезная связь с концептуальными положениями чувства места и привязанности к месту с вытекающими символическими аспектами идентичности.

В последней главе третьей части Саймон Крайер (Манчестерский Городской университет) рассматривает подход к брендингу места через призму нерепрезентативной теории Найджела Трифта. Автор изучает, как можно использовать данный подход для исследования отношений между местом, пространством и чувствами человека. Данная теоретическая работа показывает, как к брендингу места можно подойти с альтернативных точек зрения, которые часто могут быть упущены из виду предыдущими исследователями.

Заключительный раздел IV, посвященный Креативности, содержит три главы с оригинальным, творческим взглядом на проблему брендинга места. Тим Эдензор (Манчестерский Городской университет) в своей главе «Освещая идентичность: способность фестивалей света улучшать место?» анализирует брендинговый потенциал световых эффектов. Автор отмечает, что крупные световые мероприятия (например, *Nuit Blanche* — «Белая Ночь» в Мельбурне, Торонто, Монреале, Париже, Риме и других городах мира) часто экологически неустойчивы и лишены специфичности, так как создают некую однородность. С другой стороны, все более популярными становятся небольшие местные световые мероприятия, которые развиваются для поддержания идентичности места и могут быть примером развития данного креативного подхода. Автор отмечает, что для брендинга места было бы полезным дальнейшее изучение процессов творческого и экспериментального использования освещения, которое может стать довольно мощным инструментом для создания идентичности места и раскрытия его потенциала.

Михалис Каваракис (университет Лестера, Великобритания) и Гэри Уорнаби (Манчестерский Городской университет) в главе 18

рассматривают, каким образом можно креативно участвовать в исследованиях брендинга места. Авторы признают растущее внимание к художественным способам исследований, опираясь на свой собственный опыт представления творческих работ, связанных с их исследованием брендинга места (в том числе, изобразительное искусство и поэзия Михалиса Каваракиса и фото-эссе Гэри Уорнаби). Отмечается, что несмотря на ряд методологических проблем (например, таких как уровень мастерства автора или критерии оценки), альтернативные подходы, основанные на искусстве, являются одними из немногих новых, имеющих реальный потенциал для исследования и отражения феноменологических сложностей места и его брендинга.

В заключительной главе раздела и книги в целом, Стивен Браун (Ольстерский университет, Великобритания) использует творческий и несколько провокационный, частично «автобиографический» подход к рассмотрению маркетинга и брендинга мест и того, что может быть с ними в будущем. Вывод состоит в том, что в целом брендинговая активность в мире достигла «пика». В главе также ставятся некоторые неудобные вопросы для практики брендинга места, которые автор подает в провокационном юмористическом стиле, необычном для академических работ.

Место заключения. Авторами статей сборника дается критическая оценка общепринятых подходов, выявляются нерешенные проблемы, требующие дальнейших исследований, а также ставятся под сомнение традиционные теории. Несомненно, в силу междисциплинарности тематики брендинга места и его привязки к процессам коммодификации и маркетингу (что, кстати, оспаривается многими авторами), направления брендинга «захватывают» различные измерения пространства и человеческой деятельности, в том числе культуру (традиционная культура и современные направления искусства), туристско-рекреационную деятельность, современные хай-тек и креативные индустрии и многие другие. Очевидно, что теперь географы на постсоветском пространстве должны особенно внимательно отнестись к брендингу как географическому факту. Британский географ Энди Пайк определил три ключевых аспекта «географичности» брендинга места: процессы и объекты брендинга связаны пространственными ассоциациями; проявление, презентация, видимость, фиксированность и мобильность брендов и процессов брендинга пространственно дифференцированы; бренды и брендинг тесно связаны с пространственно неравномерным развитием, так

как их существование и динамика способствуют социально-экономическому неравенству и конкурентным социально-пространственным отношениям между людьми и местами [2, с. 639]. Построение нового модифицированного пространства, его структура и взаимодействие с населением безусловно является географической проблематикой: она выходит за пределы исключительно экономической оценки вопроса и имеет глубокие социокультурные и политические пространственные последствия. Думается, что подобный подход к теоретической и прикладной тематике брендинга позволит избежать в будущем как коммерчески поверхностных научных «отчетов», только фиксирующих брендинг в неолиберальной логике региональной маркетизации, так и возможных крайне негативных оценок географами вплоть до отрицания данного направления как «ненаучного» или «нерационального».

Полагаем, что многие эмпирические элементы, теоретические положения, идеи и выводы из статей данной книги будут представлять интерес для целевой аудитории, и в первую очередь, географов различного профиля (социальная, культурная, экономическая, городская география и география туризма), а также специалистов в сфере туризма, международного бизнеса и маркетинга, городского управления, медиа и коммуникаций, социальной психологии, региональной экономики и планирования, социологии, а также студентов ВУЗов, магистрантов и аспирантов.

Библиографический список:

1. *Medway D., Warnaby G., Byrom J. (eds.) A Research Agenda for Place Branding.* — Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2021. — 352 p.
2. *Pike A. Geographies of brands and branding // Progress in Human Geography.* — 2009. — Vol. 33, № 5. — P. 619–645.

ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «ТИПОЛОГИЯ СТРАН МИРА» по дисциплине «География международного туризма» для студентов бакалавриата направления подготовки 43.03.02 Туризм

В статье приводится пример изучения типологии стран мира на основе разработанного алгоритма, который включает в себя четыре признака, характеризующие изучаемую страну: географический, социально-экономический, форма правления, административно-территориальное устройство. Используя основные понятия (географическое положение, площадь, численность населения, республиканская и монархическая формы правления, унитарные и федеративные государства, экономически развитые и развивающиеся страны) и данные электронных ресурсов, студенты учатся наносить объекты на контурную карту, ориентироваться в условных обозначениях, тематических картах и в дальнейшем использовать их для описания стран.

Ключевые слова: типология стран мира, форма правления, социально-экономическое развитие, административно-территориальное устройство.

A.M. Gafiyatova

Volga Region State University of Physical Culture, Sports and Tourism

FEATURES OF STUDYING THE TOPIC «TYPOLOGY OF COUNTRIES OF THE WORLD» ON THE DISCIPLINE «GEOGRAPHY OF INTERNATIONAL TOURISM» FOR BACHELOR STUDENTS OF THE FIELD OF TRAINING 43.03.02 TOURISM

This article provides an example of studying the typology of the countries of the world based on the developed template, which includes four, features that characterizing the country under study: geographic, socio-economic, form of government, administrative-territorial structure. Using the basic concepts (geographical location, area, population, republican and monarchial forms of government, unitary and federal states, economically developed and developing countries) and data from electronic resources, be able to plot objects on a contour map navigate in symbols, thematic maps and use them to describe countries in the future.

Keywords: the typology of the countries of the world, the form of government, socio-economic development, administrative and territorial structure.

Актуальность. Согласно ФГОС ВО бакалавров направления подготовки 43.03.02 Туризм, дисциплина «География международного туризма» относится к обязательной части образовательной программы Блока 1

«Дисциплины (модули)» и направлена на формирование общепрофессиональной компетенции ОПК-4: «Способен осуществлять исследования туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта». Индикаторами достижения компетенции являются: ОПК – 4.1: «Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе, с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов»; ОПК – 4.2:

Таблица 1

План составления политико-географической характеристики изучаемой страны

Признаки различия и сходства	Критерии	Практическая работа
1. Географический признак	Географическое положение (внутриконтинентальные, островные, полуостровные, архипелаги, приморские); 1. Площадь (крупно-площадные, очень большие, большие, средние, небольшие, малые, сверхмалые, микрогосударства); 2. Численность населения (крупнейшие, средние, менее 1 млн., 10–20 тысяч человек).	1. Используя данные электронного ресурса [8], на контурной карте «Политическая карта современного мира» обозначить: а) площади десяти крупноплощадных стран; б) соответствующим цветом микрогосударства; с) количество людей на территории десяти стран с наибольшим населением [4]. 2. Используя интерактивную карту мира онлайн [3], выписать в тетрадь по 5 стран, которые имеют: а) положение на островах; б) положение на полуостровах; с) приморское положение; д) внутриконтинентальное положение.
2. Форма правления	1. Республиканская форма правления (президентская республика, парламентская республика); 2. Монархическая форма правления (абсолютные, конституционные).	Используя данные электронного ресурса [2], на контурной карте «Политическая карта современного мира» обозначить штриховкой страны с монархической формой правления.
3. Административно-территориальное устройство	1. Унитарные государства; 2. Федеративные государства.	Используя данные электронного ресурса [2], на контурной карте «Политическая карта современного мира» обозначить точками страны с федеративным устройством.
4. Социально-экономический признак	1. Экономически развитые страны (страны «большой семерки», высоко развитые страны Западной Европы, страны с переходной экономикой); 2. Развивающиеся страны — страны «третьего мира» (ключевые страны, новые индустриальные страны (НИС), нефтеэкспортирующие государства, государства «концессионного развития», страны, отстающие в своем развитии, наименее развитые страны).	Используя данные электронного ресурса [1], на контурной карте «Политическая карта современного мира» отметить аббревиатурой «G7» страны большой семерки (англ. Group of Seven — Группа семи, G7).

«Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети Интернет».

Одной из тем, изучение которой направлено на формирование у студентов компетенции ОПК-4, является «Типология стран мира», которая основывается на ранее полученных знаниях по дисциплинам школьного курса «География», «История».

Подготовка современных организаторов специалистов в сфере туризма невозможна без общего географического образования, без знаний политической карты мира, особенностей политико-географического положения стран.

Типология стран имеет важное практическое значение, так как систематизация информации о странах помогает при разработке различных прогнозов и рекомендаций по проблемам развития отдельных стран, оказания им помощи [5, с. 19].

Основное обсуждение. Каждая страна имеет свои специфические особенности, что является предпосылкой для их разделения или объединения в группы по определенным признакам различия или сходства [5, с. 18].

Изучение темы «Типология стран мира» предполагает три основных раздела: 1) историко-географический раздел, включающий анализ особенностей становления территории, изучаемой страны, ее границ, особенностей

Таблица 2

Политико-географическая характеристика Великобритании

Признаки различия и сходства	Политико-географическая характеристика
1. Географический признак	Соединённое Королевство Великобритании и Северной Ирландии — островное государство на северо-западе от континентальной Европы, площадью 244 820 км ² . Столица — город Лондон. Имеет выгодное географическое положение, которое выступает как фактор развития туризма и выражается в обширных морских побережьях. С большой численностью населения более 65 млн. человек (21 место по миру).
2. Форма правления	Конституционная монархия.
3. Административно-территориальное устройство	Унитарное государство, состоит из четырех регионов: Англии, Уэльса, Шотландии и Северной Ирландии.
4. Социально-экономический признак	Высокоразвитое постиндустриальное государство, одна из ведущих держав, входящих в состав «большой семерки». Располагает развитой индустрией туризма.

политических традиций; 2) социально-географический раздел, рассматривающий географические различия в социальной, этнической, конфессиональной структуре населения; 3) политико-географический раздел, изучающий формы и особенности государственного устройства, политико-территориального и административно-территориального деления [6, с. 24] (см. Таблицу 1).

Описание географического положения дает представление о том пространстве, окружающей среде, в которой существует страна, отношение данной страны к любым другим объектам, взятым вне ее территории и связанные с этим предпосылки развития туризма.

Одним из важнейших условий развития туризма является население, выступающее одновременно как фон (формируя наряду с природой и экономикой «образ» страны) и как субъект развития туризма. Численность или количество населения — это демографический потенциал, в значительной степени определяющий место данного государства в мировой экономике и политике [7, с. 44].

Форма политического правления и административно-территориального устройства во многом определяют туристскую политику страны, влияют на ее организационные и технологические аспекты.

Уровень экономического развития выражается пропорциями макроотраслевой структуры, показателями внутреннего валового продукта — в целом и на душу населения, показателями уровня инфляции и качества жизни. Главными количественными показателями уровня развития страны являются ВВП (в целом по стране и на душу населения). Сравнение этих показателей по стоимости с мировыми данными позволяет достаточно точно определить, насколько экономическая обстановка в стране благоприятна для туризма, особенно важны показатели на душу населения.

Уровень инфляции, выраженный в процентах, позволяет судить, насколько стабильна экономическая ситуация в стране: высокий уровень свидетельствует о том, что туристы в данной стране могут столкнуться с неприятными финансовыми обстоятельствами [7, с. 144].

На основании выполненных заданий в вышеприведенной таблице и используя данные из заполненной контурной карты «Политическая карта современного мира» составим характеристику на примере страны Великобритания (см. Таблицу 2).

Заключение. Политико-географическая характеристика страны дает оценку страны по географическому, социально-экономическому признакам, характеристику политического строя, формы государственного устройства и ее место на политической карте мира. Политическая карта мира несет в себе информацию, которая позволяет выявить существенные черты и характерные признаки конкретной страны, на определенном этапе его развития, выявить сходные черты различных стран, сгруппировать их определенным образом, определить факторы, влияющие на их развитие, вызывающие смену одного другим, сделать прогноз направлений развития.

Подготовка специалистов в сфере туризма должна носить комплексный характер, включать в себя многие аспекты, в том числе, глубокие теоретические знания и практический опыт в области страноведения, свободно ориентироваться по политическим, социально-экономическим картам, знать социально-экономическую специфику основных регионов и ведущих государств мира.

Предлагаемые типы практических заданий, рассмотренные в данной статье, могут быть использованы и для изучения других тем, например, «География населения мира», «География отраслей мирового хозяйства» и др.

Библиографический список

1. Большая семерка. РИА Новости. URL.: <https://ria.ru/20180608/1522163649.html> (дата обращения: 15.07.2021 г.).
2. Географический справочник «О странах». URL.: http://ostranah.ru/_lists/forms_of_government.php (дата обращения: 15.07.2021 г.).
3. Карты мира онлайн. URL.: <http://www.maps-world.ru/online.htm> (дата обращения: 15.07.2021 г.).
4. Население. Город. URL.: <http://naseleniye.population.city/world/> (дата обращения: 15.07.2021 г.).
5. Розанова Л.Н. Социально-экономическая география мира: учебно-методическое пособие / Л.Н. Розанова. — Казань: ФГБОУ ВПО «Поволжская ГАФК-СиТ», 2014. — 156 с.
6. Романько И.Е. Экономическая география и регионалистика мира: учебное пособие / И.Е. Романько. — Ставрополь: СКФУ, 2016. — 121 с.
7. Сапожникова Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / Елена Николаевна Сапожникова. — 2-е изд., испр. — М.: Издательский центр «Академия», 2004. — 240 с.
8. Страны мира GEO. URL.: https://geo.koltyrin.ru/samye_bolshie_strany_mira.php (дата обращения: 15.07.2021 г.).

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

С.Э. Мышлявцева, В.В. Ланин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

А.Е. Баранова

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

УДК 910.3; 004.9

МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ (на примере города Перми)

В статье представлены результаты первого этапа разработки мобильного приложения для проведения экскурсий по городу Перми. Конечной целью исследования является разработка мобильного приложения, позволяющего получать информацию о достопримечательностях и исторических местах с использованием ГИС-технологий, геолокации и дополненной реальности. Для формирования требований к приложению приведен анализ существующих решений: izi.Travel, SmartGuide и GPSmyCity, исследуется возможность их применения для организации экскурсий по Перми. Также приводится результат проведения проблемных интервью пользователей. Выдвигается тезис о необходимости интеграции средств дополненной реальности в приложение. Подробно рассматривается понятие дополненной реальности, особенности ее реализации и возможность применения в разрабатываемом приложении. На основе анализа предметной области и ответов проблемного интервью разработаны функциональные и нефункциональные требования к мобильному приложению. Описан макет пользовательского интерфейса. Конечными пользователями приложения будут являться туристы и авторы экскурсионных маршрутов.

Ключевые слова: мобильное приложение, дополненная реальность, проведение экскурсий, туристская привлекательность.

S.E. Myshliavtseva, V.V. Lanin

Perm State University

A.E. Baranova

National Research University Higher School of Economics

MOBILE TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR INCREASING TOURIST ATTRACTIVENESS (ON THE EXAMPLE OF THE PERM CITY)

The article presents the results of the first stage of developing a mobile application for excursions around the Perm city. The final goal of the study is a developing a mobile application allowing to get information about attractions and historical places using GIS technologies, geolocation and augmented reality. An analysis of existing solutions (izi.Travel, SmartGuide and GPSmyCity) is given for gathering the application requirements. An applications ability for organizing excursions around Perm is investigated. The result of the problem user interviews is also given. The thesis is put forward about the need to integrate augmented reality tools into the application. The concept of augmented reality, the features of its implementation and the possibility of using it in the developed application are considered in detail. The functional requirements are presented, the layout of the user interface is described. Based on the analysis of the subject area and answers to problem interviews, functional and non-functional requirements are presented. The end users of the application will be tourists and excursion routes authors.

Keywords: mobile application, augmented reality, guided tours, tourist attractiveness.

Город Пермь — типичный город-миллионник, центр традиционно нетуристского региона, имеющий большие амбиции стать значимым туристским центром на карте России. Для достижения этой цели у города есть целый ряд предпосылок, географическое положение в центре страны, на большой реке, в преддверии Уральских гор, зрелый возраст, позволивший накопить значительный историко-культурный потенциал, наличие мест и объектов туристского притяжения, гостеприимство жителей, знаковые события, культурные феномены, ассоциирующиеся с Пермью, современная активность и др. Однако все это не является уникальным преимуществом города. Пермь находится в условиях довольно жесткой конкуренции за туристов с другими городами, где также есть свои особенности.

Поиск ответа на вопрос, что может сделать город еще более привлекательным не имеет однозначного ответа. Одно из направлений работ по повышению туристской привлекательности — создание комфортной дружественной для посетителя (туриста, экскурсанта) среды. Рассуждая о том, какой должна быть окружающая туриста городская среда, чтобы он чувствовал себя комфортно, можно высказать несколько соображений. Во-первых, необходимо физическое благоустройство города, производящее хорошее впечатление. Во-вторых, необходима хорошая интуитивная навигация, чтобы в условиях ограниченного времени можно было хорошо ориентироваться в пространстве города. В-третьих, получение полной, достоверной, интересной информации о городе в целом, о знаковых объектах и темах, связанных с городом. В-четвертых, возможность сделать выбор среди множества объектов, заслуживающих внимания и посещения. В эпоху мобильных технологий, под которыми понимается использование переносных устройств, обеспечивающих мгновенный доступ к информации, нет объективных препятствий к реализации последних трех утверждений [1, 2]. Для решения этих задач используются такие

технологии как геопозиционирование [7], ГИС и дополненная реальность [3, 4].

Рассмотрим существующие решения, которые могут быть использованы для получения информации о достопримечательностях города и экскурсиях по Перми и Пермскому краю.

Официальный туристический портал Пермского края (<http://visitperm.ru/>) содержит актуальную информацию о крае и его столице. Ресурс предлагает экскурсии по Перми и Пермскому краю, а также список достопримечательностей. Пользователи могут оценить представленный контент и оставить отзыв. Однако, на данный момент большинство ресурсов не имеют оценок и отзывов. Скорее всего, это можно объяснить тем, что сайт не адаптирован под смартфоны, а аудиогид имеют лишь несколько экскурсий.

В магазинах мобильных приложений доступно значительное количество приложений для экскурсий по городам. Следует сразу заметить, что контент для Перми есть лишь в нескольких из них. Рассмотрим наиболее популярные приложения: *izi.Travel*, *SmartGuide* и *GPSmyCity*.

Платформа ***izi.TRAVEL*** — система для экскурсий, имеющая как веб-представление, так и мобильное приложение. Сервис включает в себя информацию о 121 стране и более 15 000 аудиогидов. Пользователь может выбирать экскурсии, достопримечательности и прослушать информацию о них. Помимо этого, платформа предоставляет отдельный сервис для создателей контента. После регистрации на сайте *cms.izi.travel* пользователь может создать тур, экскурсию по музею или добавить достопримечательность на карту. Добавленная информация становится доступна пользователям после модерации администрацией сервиса. Сервис также имеет мобильное приложение, доступное для операционных систем *Android* и *iOS*. Функции мобильного приложения шире, чем функции веб-версии и дополнительно включают:

1. Автоматическое проигрывание историй тура благодаря службе определения местоположения (GPS).
2. Возможность делиться фактами и историями.
3. Возможность загружать аудиофайлы на телефон.
4. Возможность просматривать отзывы про тур или определенное место.
5. Возможность оставлять отзывы про тур или определенное место.
6. Возможность добавлять в избранное маршруты и достопримечательности, а также поиск по избранным местам.

Мышлявцева Светлана Эдуардовна,

к. геогр. н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
mushl_sve@mail.ru

Ланин Вячеслав Владимирович,

старший преподаватель кафедры математического обеспечения вычислительных систем, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
vlatin@live.com

Баранова Анна Евгеньевна,

студентка образовательной программы «Программная инженерия» Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»;
annu99@bk.ru

7. Доступ к дополнительной информации с помощью сканирования QR-кодов.

8. Сохранение истории просмотров экскурсий, достопримечательностей, музеев, а также поиск по истории.

Одним из недостатков данного приложения является не всегда очевидный интерфейс, заключающийся в смешении паттернов интерфейса — выдвижная панель навигации (слева) используется совместно с вкладками. Помимо этого, в приложении нет возможности строить произвольные пользовательские маршруты.

SmartGuide — мобильное приложение для экскурсий, позиционируемое разработчиками как «личный гид по миру». Приложение предлагает путеводители по более чем 400 популярным направлениям. Экскурсии по Перми на данный момент доступны только на английском языке. У SmartGuide следует выделить следующие функции:

1. Возможность проходить по составленным экскурсиям.

2. Включение аудиогида во время экскурсии.

3. Возможность загрузить оффлайн-карты и путеводитель по городу.

4. Добавление в избранное экскурсий и достопримечательностей.

5. Возможность делиться экскурсиями и местами.

6. Отображение на карте объектов выбранной экскурсии.

Недостатком приложение является не очень строгая организация контента. Экскурсии могут дублироваться, так как пользователи имеют возможность размещать свои маршруты, и пересечение с другими маршрутами не отслеживается. Качество некоторого контента невысоко.

GPSmyCity — мобильное приложение с более чем 1000 самостоятельных пешеходных экскурсий, туристическими статьями и оффлайн-картами городов в более 100 городов по всему миру. Туры в приложении являются платными. На данный момент для Перми в приложении нет экскурсий. Приложение похоже по функциональным возможностям на izi.TRAVEL и SmartGuide и предлагает следующие возможности:

1. Следование по выбранным маршрутам.

2. Доступ к статьям о достопримечательностях во время экскурсии.

3. Загрузка оффлайн карты города.

4. Определение местоположения по GPS.

Соответственно, нет необходимости иметь постоянное соединение с сетью Интернет, достаточно скачать экскурсию заранее.

Приложение **Roadside America** предназначено для экскурсий по США и Канаде. Бесплатная версия приложения включает 1 из 7 регионов, полная версия доступна на платной основе. Приложение предоставляет уникальные фотографии, рассказы и отчеты о различных достопримечательностях на автомагистралях Америки. Пользователи приложения имеют следующее:

1. Видеть на карте достопримечательности поблизости.

2. Добавлять начальный и конечный города, чтобы видеть интересные места в пути.

3. Осуществлять поиск по названию достопримечательности, адресу или по городу.

4. Просматривать фотографии, карты и направления, часы работы заведений.

5. Оценивать достопримечательности.

6. Фильтровать места по расположению или рейтингу.

7. Экспортировать / импортировать сохраненные туры или места на второе устройство.

По итогам обзора существующих подходов была составлена таблица (см. таблицу 1), суммирующая выводы по каждой рассмотренной системе, где «-» обозначает отсутствие в данной системе указанной функции, а «+» её наличие.

Ни в одном из рассмотренных приложений не используется технология дополненной реальности, применение которой может стать ключевой особенностью разрабатываемого приложения.

Дополненная реальность (Augmented reality) — это интерактивное пространство, где объекты, находящиеся в реальном мире, дополняются генерированной компьютером информацией для восприятия человеком, иногда с использованием различных способов взаимодействия, включая визуальные, слуховые, тактильные, соматосенсорные и обонятельные модальности с целью дополнения сведений об окружении и изменения восприятия окружающей среды. Дополненную реальность можно определить как систему, которая включает в себя три основных функции: комбинацию реального и виртуального миров, взаимодействие в реальном времени и точное определение трехмерных реальных и виртуальных объектов. Обычно просмотр контента дополненной реальности осуществляется с помощью мобильного устройства с камерой (смартфон/планшет) или специальных очков. Наложенная информация об объектах действительности может быть конструктивной (т. е. добавленной к естественной среде) или деструктивной (т. е. маскировкой естественной среды). Таким образом, дополненная реальность изменяет

Таблица

Сравнение приложений для проведения экскурсий

	Izi.TRAVEL	SmartGuide	GPSmyCity	RoadSide America
Выбор экскурсии из списка	+	+	+	+
Аудиогид по экскурсии	+	+	-	-
Отображение достопримечательностей на карте	+	+	+	+
Просмотр информации о достопримечательности	+	+	+	+
Просмотр и публикация отзывов об экскурсии	+	-	-	-
Просмотр и публикация отзывов о достопримечательностях	+	-	-	+
Расширенный поиск достопримечательностей	-	-	-	+
Создание экскурсий пользователями	-	-	-	+

текущее восприятие реальной среды, тогда как виртуальная реальность полностью заменяет реальную среду пользователя моделируемой. Примечательно, что контент, включающий дополненную реальность (согласно исследованию различных медиа [2]), обеспечивает высокий уровень внимания, на 45 % выше среднего показателя, который наблюдается при просмотре телепередач или обычном времяпровождении в интернете. Реализация технологий дополненной реальности в мобильных приложениях стала возможна благодаря успехам технологиям в области машинного обучения и распознавания объектов, и повышению вычислительной мощности мобильных устройств.

Выделяют представленные ниже основные механики дополненной реальности.

Привязка к маркеру — механика, при которой объект в дополненной реальности появляется при наведении камеры на физический оригинал. Контент дополненной реальности запускается, когда в поле зрения камеры появляется определённый триггер. Маркером могут являться: изображения, логотипы, фотографии, звуки. Те же самые характеристики относятся и к контенту. Разместить можно любую наложенную информацию, к примеру, сложную 3D-анимация или кнопки с интерактивом.

Привязка к плоскости — механика, при которой объект в дополненной реальности появляется в пространстве, привязанный к определённой точке, выбранной устройством в результате сканирования. Распознаются как горизонтальные, так и вертикальные плоскости. Такая механика применяется, когда нет необходимости держать маркер в поле зрения устройства. После сканирования пространства объект можно установить в любом

месте — он привязается к определенной точке и останется на ней.

Привязка к геолокации — механика, при которой объект в дополненной реальности появляется в определенной точке города. Маркером в таком случае является геолокация — координаты геолокационной точки. Большую популярность технология дополненной реальности получила в 2016 году, благодаря игре Pokémon Go, в которой как раз используется привязка к геолокации, позволяющая взаимодействовать с игровыми персонажами.

Порталы — механика, при которой в дополненной реальности появляется пространство в режиме 360°. Пространством может служить фото-, видеоматериалы, а также отрисованные в графике. Такая механика может быть использована для показа помещения (квартиры, отеля или музея).

В настоящее время внедрение технологий дополненной реальности становится более распространенным благодаря тому, что вычислительная мощность аппаратных платформ для смартфонов и планшетов-компьютеров позволяет производить наложение любых цифровых данных на получаемое в реальном времени со встроенных в устройства камер изображение.

Так как разрабатываемая система основана на ГИС, необходимо будет использовать **привязку к геолокации** для показа контента дополненной реальности.

Для выявления пользовательских требований к системе, необходимо определить целевую аудиторию приложения, изучить потребности и «проблемы» пользователей. Один из подходов к решению данной задачи — проблемное интервью. В качестве способа получения

обратной связи от пользователей был выбран подход CustDev (Customer Development). Проблемное интервью направлено на выявление потребностей целевой аудитории и способов их решения. Было проведено неструктурированное интервью, целью которого было максимально подробно раскрыть мнение респондентов по каждому из ключевых вопросов. Порядок вопросов в данном интервью не имел значения, вопросы не формализованы и могли дополняться в ходе интервью для уточнения деталей. Так как данная работа не направлена на проведение полномасштабного маркетингового исследования, было выделено два крупных сегмента пользователей. К первому относятся жители города Перми, второй — туристы из других регионов, имеющие свободное время. Оба сегмента — это активные люди в возрасте от 15 до 45 лет, интересующиеся новыми местами для посещения, постоянно использующие мобильные устройства и доверяющие новым мобильным приложениям.

Ниже представлен примерный список ключевых вопросов для респондентов:

1. Почему вам актуально искать какие-то места для посещения в Перми?
2. Как вы сейчас ищете места для посещения? Сколько времени вы на это тратите?
3. Что вам нравится в текущем решении?
4. Чего не хватает в текущем решении? С какими проблемами вы сталкиваетесь?
5. Пользовались ли приложениями для экскурсий? Расскажите о своем опыте.
6. Что хотели бы видеть в приложении для экскурсий по городу?

Большинство респондентов отвечали, что приложение должно иметь стандартные функции — отображение списка достопримечательностей и списка экскурсий, возможность поиска мест, отображение мест на карте. Один из интервьюируемых заявил, что хотел бы видеть в приложении контент виртуальной реальности — отображение исторической сцены при наведении на памятник архитектуры. Также большинство из опрошенных не пользовались приложениями для экскурсий по городу, потому что приложения либо не удовлетворяли тем или иным их потребностям, либо работали с ошибками. Ответы респондентов были проанализированы, и на основе этого был составлен представленный ниже список ожиданий респондентов:

1. Наличие списка заготовленных тематических экскурсий.
2. Наличие списка популярных достопримечательностей.
3. Возможность просматривать отзывы о достопримечательностях.

4. Возможность публиковать отзывы о достопримечательностях.
5. Возможность просматривать отзывы об экскурсиях.
6. Возможность публиковать отзывы об экскурсиях.
7. Возможность построения маршрута из одной точки в другую.
8. Отображение на карте достопримечательностей рядом с пользователем.
9. Просмотр информации о достопримечательности: описание, часы работы.
10. Аудиогид — возможность прослушать информацию о достопримечательности.

На основе анализа предметной области выделены функциональные и нефункциональные требования к разрабатываемой информационной системе. Ниже представлены их формулировки.

Приложение должно обеспечивать возможность выполнения следующих функций:

1. Поиск достопримечательностей по атрибутам и на карте.
2. Отображение достопримечательностей рядом с пользователем или указанной точкой.
3. Получение подробной информации о достопримечательности.
4. Воспроизведение аудио информации о достопримечательности.
5. Просмотр и публикация отзывов о достопримечательности.
6. Просмотр и фильтрация списка подготовленных экскурсий.
7. Выбор экскурсии из списка, ее редактирование.
8. Составление маршрута экскурсии.
9. Следование по маршруту экскурсии с отображением места нахождения пользователя, сообщения о пути следования по маршруту в режиме дополненной реальности.
10. Сохранение подготовленной пользователем экскурсии.
11. Просмотр и публикации отзывов об экскурсии.

Кроме того необходимо, чтобы приложение соответствовало традиционным атрибутам качества:

- Удобство использования — насколько просто познакомиться с приложением и начать им пользоваться.
- Безопасность — как хорошо система защищает данные от неправомерного доступа.
- Целостность — насколько сервисы системы доступны, когда и где они нужны.
- Устойчивость — как хорошо система реагирует на неожиданные условия работы.
- Возможность модификации — насколько легко обслуживать, модифицировать систему.

На основе доступных инструментальных средств и технологий, а также с учетом необходимости отвечать атрибутам качества были выявлены следующие нефункциональные требования:

1. Приложение должно использоваться на мобильных устройствах с операционной системе Android (минимальной поддерживающей версией будет Android 7.0) и на операционной системе iOS (минимальной поддерживающей версией будет iOS 13.0).

2. Приложение должно иметь возможность получать данные как с сервера по протоколам сети Интернет, так и из локального хранилища.

3. Полная процедура от входа в приложение до начала следования маршруту должна требовать не более 4 действий при условии, что пользователь имеет аккаунт в приложении.

4. Подсказки по работе с приложением должны быть представлены в виде всплывающих текстов и текстов в полях ввода.

5. Приложение должно указывать на некорректно введенные данные и блокировать дальнейшую обработку до изменения данных.

6. Для обработки данных должен использоваться защищенный протокол [https](https://).

7. Система должна иметь возможность локализовать контент системы на новый язык в течение месяца.

8. Система должна иметь возможность добавления нового контента как разработчиками, так и пользователями.

До программной реализации приложения также требуется выполнить проектирование интерфейса пользователя, и описать логику взаимодействия. Приложение должно быть удобным и понятным для пользователя, а сценарий использования приложения должен быть эффективным. Мобильное приложение выступает «лицом» взаимодействия системы с пользователем, и поэтому в дизайне интерфейса следует продумать user-friendly поведение.

В качестве инструмента для построения прототипов выбрана Figma. Figma — это графический онлайн-редактор для разработки интерфейсов приложений и прототипирования сайтов с возможностью организации совместной работы в режиме реального времени. Для одного пользователя сервис предоставляет бесплатный тарифный план.

Навигация в приложении должна быть понятной для пользователя, чтобы он не терялся на случайной странице. Решено было использовать нижнюю навигацию (или «панель вкладок») и разделить контент на определенные категории. Панель вкладок

видна на каждом экране и поэтому всегда дает визуальную ориентацию, а также возможность быстро переключаться между вкладками. Приложение будет иметь 3 вкладки — карта с текущим положением, вкладка с построением маршрута и список доступных экскурсий. Для удобства использования мобильного приложения инструкции по разработке UX-дизайна [5, 6] рекомендуют располагать большую часть информации в рамках одного экрана и минимизировать вертикальную прокрутку. Это также должно быть учтено при создании макетов.

При первом запуске приложения пользователя встречает страница входа, где необходимо войти или зарегистрировать нового пользователя (рис. 1). Первая вкладка отображает карту с текущим положением пользователя и возможностью поиска мест. На карте маркерами отмечены интересные места рядом с пользователем. Нажатие на кнопку в левом нижнем углу возвращает карту к текущему положению пользователя. Также с этой вкладки можно выйти из профиля и попасть на стартовую страницу. На второй вкладке можно составить пользовательский маршрут, указав начальную и конечную точки маршрута или выбрать для посещения популярное место из списка. В списке отображается краткая информация о месте — превью (фотография), адрес, расстояние до объекта и часы работы. По нажатию на кнопку «i» в списке открывается полная информация о месте. Полная информация о месте открывается на отдельной странице и содержит 2 вкладки — информацию и отзывы. На вкладке с информацией отображается адрес места, часы работы, а также описание достопримечательности. Здесь же есть возможность прослушать описание (аудиогид). Вкладка с отзывами показывает список отзывов о достопримечательности от различных пользователей и среднюю оценку места. Каждый зарегистрированный пользователь может оставить свой отзыв о достопримечательности. Последняя вкладка содержит список экскурсий, разделенных на категории. Пользователь может выбрать из списка ту экскурсию, начальная точка которой ближе всего к нему (поблизости) или заглянуть в избранные. Для каждой экскурсии показывается протяженность маршрута, время и количество достопримечательностей в пути (рис. 2). Также для экскурсии можно просмотреть отзывы других пользователей или написать свой. Когда пользователь открывает экскурсию, открывается страница следования маршруту. Здесь отображаются начальная и конечная точка экскурсии, время, расстояние и список мест экскурсии. Также

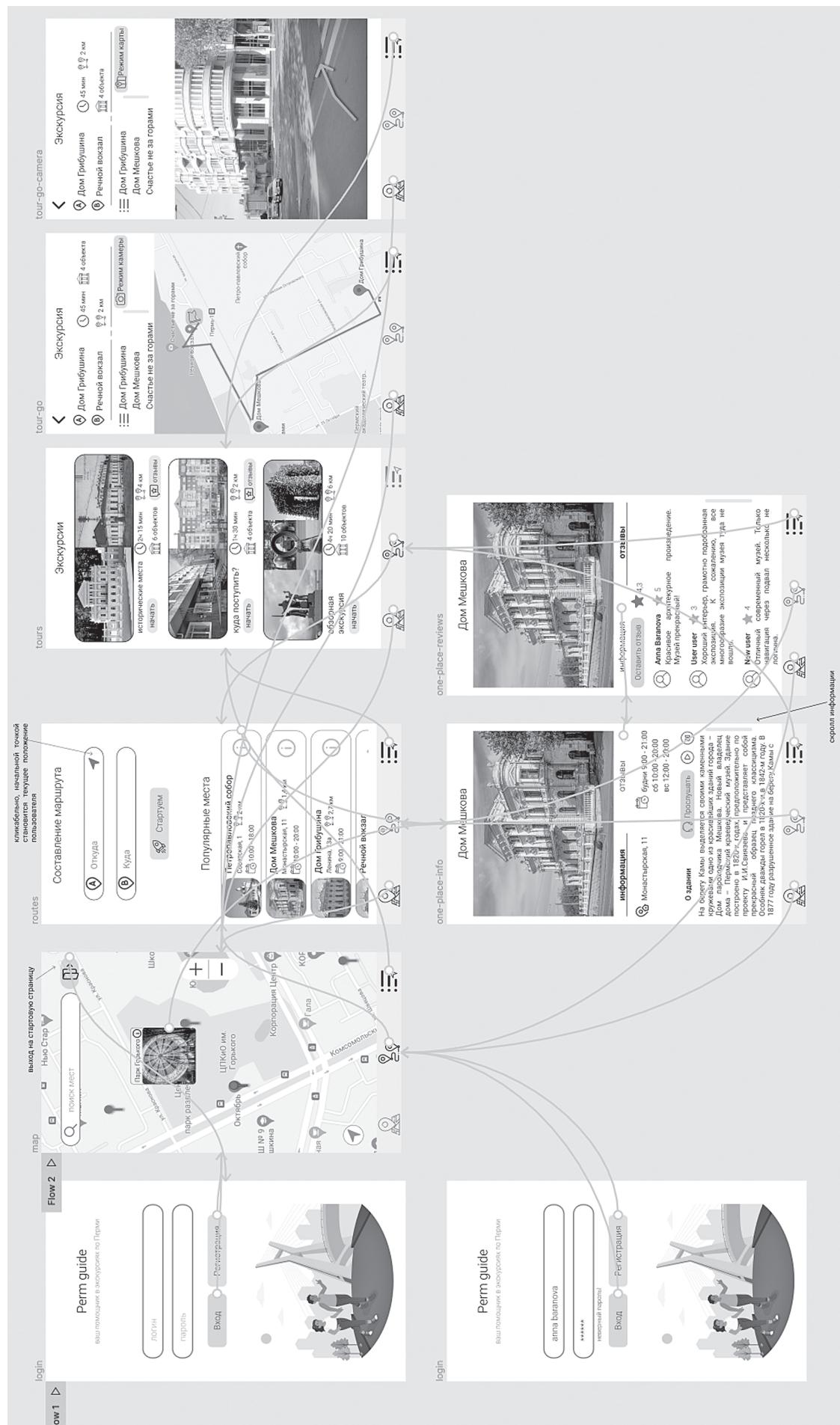


Рис. 1. Основные экраны приложения и переходы между ними

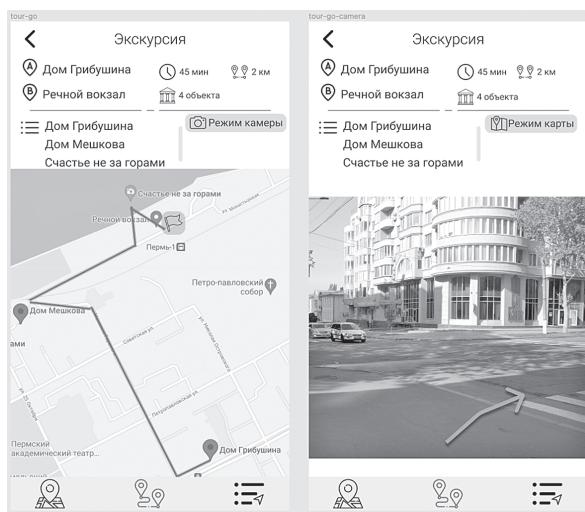


Рис. 2. Макет экранов следования экскурсии

во время следования экскурсии есть возможность переключиться на режим камеры, где на изображение с камеры в реальном времени накладывается 3D стрелка, указывающая, куда нужно двигаться пользователю.

Как показал обзор, ни одно из популярных приложений для экскурсий не использует технологии дополненной реальности. Предлагаемое решение позволит объединить текстовую, графическую, аудио и видео информацию с картографической информацией. Пользователи получат возможность в зависимости от местонахождения строить маршруты экскурсий. Предполагается, что первая версия приложения будет ориентирована только на Пермь, однако в будущем по мере

накопления опыта должна быть предусмотрена возможность расширения на другие территории.

Библиографический список:

1. Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Богомазова И.В. Повышение туристской привлекательности территории в контексте развития мобильных приложений // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1-1. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=18631> (дата обращения: 31.07.2021).
2. Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Богомазова И.В. Роль внедрения мультимедийного и интерактивного контента для повышения туристской привлекательности территории // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2014. № 2. URL: <http://rrbusiness.ru/journal/article/362/> (дата обращения: 31.07.2021).
3. Глушкова А.С. Использование Vr- и AR-технологий в туризме // Скиф. 2020. № 1 (41). С. 77–81.
4. Костин К.Б. Развитие международного туризма посредством технологий дополненной реальности // ПСЭ. 2018. № 1 (65). С. 174–177.
5. Smashing Magazine | Design and Development [Электронный ресурс]: документация. — URL: <https://www.smashingmagazine.com/2018/02/comprehensive-guide-to-mobileapp-design/> (дата обращения: 18.05.2021).
6. iOS Human Interface Guidelines [Электронный ресурс]: документация. URL: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/overview/themes/> (дата обращения: 18.05.2021).
7. Chu C., Huang C. A Platform for Travel Planning by Using Google Maps // 16th International Conference on Mobile Data Management. Pittsburgh, PA, 2015. P. 120–125.

МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

В статье рассматриваются поведенческие особенности молодых путешественников с точки зрения поколенческого подхода. Исследованы особенности поведения поколений Y и Z и их приоритетов, предпочтений и потребностей в путешествиях. Также рассмотрены направления развития гостиничного бизнеса в соответствии с выявленными особенностями потребительского поведения молодежи и представлены успешные проекты в зарубежном и отечественном опыте гостиничных предприятий, реализованные в направлении молодежного туризма.

Ключевые слова: молодежный туризм, гостиничный бизнес, поколенческий подход, потребительское поведение, гостиницы.

E.N. Volk

Perm State University

YOUTH TOURISM: FEATURES OF INFLUENCE FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL BUSINESS

The article examines the behavioral features of young travelers from the point of view of the generational approach. The features of the behavior of generations Y and Z and their priorities, preferences and needs in travel are studied. The directions of the hotel business development in accordance with the identified features of the consumer behavior of young people are also considered and successful projects in the foreign and domestic experience of hotel enterprises implemented in the direction of youth tourism are presented.

Keywords: youth tourism, hotel business, generational approach, consumer behavior, hotels.

Введение. Молодость — это период в жизни, когда есть время силы и энергия для путешествий, освоения новых ресурсов, поиска места в профессии и т.д. Молодежный туризм в допандемийный период бурно развивался. Об этом свидетельствуют результаты обследования, проведенного WYSE Travel Confederation и ЮНВТО. В результате обследования было выявлено, что общая стоимость международного молодежного туристического рынка в 2009 году составила почти 190 миллиардов долларов США. К 2018 году эта цифра выросла до более чем 333 миллиардов долларов США. Также было выявлено, что в 2018 году молодые туристы тратили в среднем 2 867 евро на свою основную поездку. Это по сравнению со средним

показателем 1 035 евро за поездку для международных туристов во всем мире [14]. Пандемия COVID-19 внесет свои корректизы в молодежные путешествия, однако общие тенденции и поведенческие особенности сохранятся.

В российском законодательстве молодежь, молодые граждане определяется как социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно¹. То есть на 2021 год, это люди, родившиеся в период с 1986 по 2007 гг. В соответствии с поколенческим подходом эта возрастная категория относится к поколению Y (люди, родившиеся между 1982 и 2000 годом [1, 13] и к поколению Z (люди, родившиеся между 2001 и 2012 гг.)

© Волк Е.Н., 2021

Волк Елена Николаевна,

к.э.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

Lekos1@yandex.ru

¹ Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. №489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» О Государственной молодежной политике в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902044761> (дата обращения 03.05.2021).

Внимание к молодежи этих двух поколений обусловлено высокой покупательной способностью поколения Y. Только в США покупательная способность этого поколения оценивает в \$200 млрд. [12, с. 6]. А также увеличивающимися расходами на путешествия представителей поколения Z. По расчетам (представленным еще до пандемии), в 2020 году расходы на путешествия составят 40% от всех трат представителей поколения Z [9]. Поколение Y сменяет на рынке гостиничных услуг поколение «бэби-бума» и становится одной из основных целевых групп для гостиничных предприятий [5, с. 77]. По подсчетам исследователей, миллениалы (поколение Y) к 2025 году будут составлять около 50% всех путешествующих. По данным исследования онлайн-трэвел агентства Biletix (2015 г.) самая активная возрастная группа туристов в России — 27–35 лет. Под этот критерий подпадают 25% мужчин и 22% женщин. По данным анализа по бронированию авиабилетов за 2019 год агентством Biletix было установлено, что в России наиболее активно путешествуют в возрасте 30–35 лет (17 процентов бронирований в этой возрастной группе) [2,7].

Поэтому для того, чтобы гостиничной индустрии лучше подготовится к обслуживанию поколений Y и Z, важно знать, что собой представляют эти поколения, знать каковы их ожидания от гостеприимства, их привычки и предпочтения.

Характерные поведенческие особенности поколений Y и Z в путешествиях

Исследования показывают, что миллениалы (поколение Y) тратят деньги гораздо охотнее именно на опыт, а не материальные объекты и недвижимость. 71% миллениалов считают, что именно нематериальный опыт и получение впечатлений — главное в жизни, поэтому им нравится тратить деньги на путешествия, отдых, приключения, экскурсии [6].

Для них характерно стремление познать новое и выйти из «зоны комфорта». Большинство таких гостей — самодостаточные, технически подкованные путешественники, успешно применяющие мобильные приложения для формирования своего путешествия, выбора гостиницы и определения необходимого набора дополнительных услуг. Эта тенденция прослеживается в предпочтениях гостей отелей. Таким образом в 2017 году сформировался новый сегмент, который получил название «Digital Natives» («Цифровые потребители»). Многие гостиничные предприятия в настоящее время ориентируются на привлечение именно этого сегмента.

В организационном отношении поколение Y ценит скорость, гибкость и эффективность обслуживания, бронирование средств размещения осуществляют через Интернет, в среднем проверяют около 10 источников перед бронированием.

Отдельного внимания заслуживает и то, что поколение Y стало важным сегментом на рынке рабочей силы в сфере гостиничной индустрии. Y умеют работать в команде, но предпочитают, чтобы в них видели личность. Люди этого поколения не боятся потерять работу и легче увольняются по собственному желанию (в отличие от X) если их что-то не устраивает. Результаты исследования показали, что представители поколения Y придают большое значение как гигиеническим (административная политика компании, условия труда, величина заработной платы, межличностные отношения с начальниками, коллегами, подчинёнными, и др.), так и мотивационным (признание заслуг, ответственность, возможности для карьерного роста, и др.) факторам в своих мотивационных потребностях. Продвижение по службе и личная жизнь важны для всех участников исследования [8]. Эти факторы важно учитывать в связи с ситуацией кадрового голода на российском рынке труда в индустрии туризма и гостеприимства [11].

Еще одно поколение, чьи поведенческие особенности и в текущий момент, и в перспективе влияют на развитие гостиничной сферы — поколение Z. Для них важно непрерывное движение и впечатления. Они легко пробуют все новое и быстро переключаются с одного на другое и могут действовать в условиях многозадачности. Люди поколения Z стремятся охватить как можно больше разноплановой информации и получить как можно больше впечатлений. Могут спокойно изучать несколько языков, любят путешествовать и пробовать разные хобби. Среди них много творческих людей.

Наряду с этим исследователи отмечают еще одну характерную черту поколения Z, это так называемая клиповость мышления — способность воспринимать мир через короткие яркие образы и послания, например, через ленту теленовостей, небольших статей или коротких видеоклипов. Это важно учитывать в маркетинговой деятельности гостиниц. Представители поколения Z взрослеют в мире, в котором возможности не имеют границ, а временной ресурс ограничен. Молодежь адаптировалась, таким образом, к необходимости очень быстро оценивать и фильтровать огромные объемы информации. Соответственно, поколение Z,

Таблица 1

Характерные особенности поколений Y и Z

Поколение	Y (1983–2000 гг.)	Я (2001–2012 гг.)
Лозунг	«Жизнь — игра»	«Нет ничего невозможного»
Характерные черты и психологические особенности	Оптимизм, общительность, жажда удовольствий, желание быстрых результатов, уверенность в себе, тяга к новизне и разнообразию, интерес к технологиям	Самостоятельность, свободолюбие, самореализация, проявление лидерских качеств, социальная ответственность, стремление к безопасности, коммуникабельность, активное использование технологических новинок
Мечты и цели	Быстрый духовный и карьерный рост, результат здесь и сейчас, жизнь в свое удовольствие	Стремление к личностному росту, непрерывное движение, поиск впечатлений

погруженное в виртуальное общение (социальные сети), растущее в профиците электронных устройств, испытывает недостаток живого общения, межличностной непосредственной коммуникации. Это поможет в организации пространства и досуговых мероприятий в средствах размещения. Духовное общение становится ценностью современной молодежи, отсюда и желание быть в дружеских отношениях внутри семьи, а также ценность и значимость семьи в целом. Из этого следует тенденция, характеризующая современных подростков: жить сегодняшним днем, получать удовольствие и выполнять работу, которая приносит удовольствие и хороший доход, но не занимает много времени [4]. Люди поколения Z отдают предпочтение престижным занятиям, таким, где не требуется тяжелый физический труд, и для которых чаще всего необходим высокий уровень подготовки и высшее образование.

В Японии поколение Z еще называют «неоцифровыми аборигенами», что на шаг пре-восходит предыдущее поколение Y, которых в Японии называют «цифровыми аборигенами». «Цифровые аборигены» в основном общаются с помощью текста или голоса, а «неоцифровые аборигены» используют видео, видеотелефонию и т. д. Основные характеристики двух исследуемых поколений представлены в таблице 1.

Если еще одна тема, которая раскрывает, кем на самом деле является поколение Z, это их подход к климатическому кризису. В апреле 2019 года исследование, проведенное в Гарварде, показало, что, хотя миллениалы считают, что главным приоритетом внешней политики Америки должна быть победа над терроризмом, поколение Z считает, что важнее снизить глобальные выбросы. Туристической индустрии было бы глупо игнорировать этот последний факт. Компании, которые реагируют на эти особенности уже получили результат. После запуска 80 турпакетов, ориентированных на устойчивое развитие, в конце 2018 года

компания Intrepid Travel продемонстрировала рост аудитории от 18 до 29 лет на 100 процентов по сравнению с 15-процентным ростом по всей компании. Поколение Z заботится о том, чтобы путешествовать устойчиво (экологично), а не о дорогостоящей роскоши. Им важно убедиться, что, во время путешествия они не оказывают вредного воздействия на окружающую среду [9].

Направления в развитии гостиничного бизнеса с учетом предпочтений выделенных сегментов

Главной задачей гостеприимства является умение предвосхитить желание гостя. Поэтому необходимо определить какие направления развития помогут гостиничным предприятиям привлечь и удержать гостей поколений Y и Z.

Для удовлетворения потребностей поколения Y в прошлом десятилетии появилась новая концепция отелей «стиля жизни» (lifestyle). Ярким примером является голландская сеть отелей CitizenM (branded citizenM). Первый отель был открыт в аэропорту Амстердама Шипхол (Schiphol Airport) в 2008 г. Затем отели этой сети были созданы в Амстердаме. Глазго, Нью-Йорке и в Париже (аэропорт Шарль-де Голля). Большинство отелей CitizenM имеют современный постмодернистский дизайн с большими стеклянными окнами, встроенными в чёрную металлическую внешнюю стену. Большинство отелей представляют собой невысокие (от 5 до 8 этажей) здания. В номерах есть современные устройства «mood pads» для управления телевизором, освещением и температурой. Поэтому молодёжные отели CitizenM Hotels сочетают ощущение бытия дома, с друзьями, с возможностью для каждого гостя индивидуально выбрать индивидуальный номер и остановиться в гостинице [10]. Отель lifestyle, в отличие от бутик-отеля, более современный, с необычным дизайном и архитектурой и высоким уровнем технологий. Он предлагает больше дополнительных услуг, которые направлены на оздоровление и обогащение

жизни. Краеугольный камень индустрии гостеприимства основан на реагировании и предвосхищении пожеланий клиентов. В то время как когда-то основное внимание уделялось удобствам в номерах и созданию по-домашнему уютного жилого пространства для гостей, которые могут проводить время в комфорте своих комнат, сейчас цели меняются. С ростом поколения Y в отрасли наблюдаются новые поведенческие тенденции, отражающие склонность путешественников исследовать помещения за пределами своего номера, смещая акцент на общественные зоны. Миллениалы в первую очередь характеризуются своей связной, жизнерадостной и самовыражающейся натурой. Они хотят знать, что происходит и когда. Прошли те времена, когда маркетинговые мероприятия проводились через журналы, газеты, листовки и каталоги. Интернет превратился в важнейшее средство маркетинга отелей. Во многом таким же образом онлайн-календари мероприятий оказались эффективным инструментом повышения узнаваемости бренда и привлечения молодого поколения.

С точки зрения рекламы, решающую роль в продвижении отелей «стиля жизни» играют мероприятия в их пространстве. Они оживляют атмосферу и побуждают гостей заниматься различными видами деятельности в отеле, а не осматривать местные достопримечательности на рынке. Путешественников часто привлекают в отель еще до того, как они сделали выбор отеля или выбрали даты своего путешествия. Обеспечивая свежий контент и сильное присутствие в Интернете через поисковые системы и социальные сети, отели могут постоянно обновлять свой имидж. Календарь событий Betsy South Beach предлагает серию художественных и культурных мероприятий, начиная от живого джаза, и заканчивая мероприятиями, включающими выставки, галереи изобразительного искусства и показы мод, которые создают рекламу и повышают репутацию средства размещения благодаря широкому распространению информации из уст в уста.

Также для поколения Z появился новый бюджетный тип отелей — это Pod Hotels, которые характеризуются маленькими размерами номера, уникальным дизайном, наличием роскошных высокотехнологичных гаджетов, широким спектром дополнительных услуг и скоростным бесплатным интернетом и Wi-Fi. Расположены эти отели в основном в аэропортах и центрах крупных городов. Кроме этого бренда известны — Yotel, Qbic. Также о создании подобного типа гостиниц заявили Virgin Hotels.

Еще одно направление в деятельности гостиничной индустрии, ориентированное на привлечение потребителей поколения Y, связано с внедрением высокотехнологичных инноваций в обслуживании гостей. В ряде современных гостиниц (Aloft, Yotel) используются электронные системы регистрации в виде киосков-автоматов (среди представителей поколения Y 36 % предпочитают check-in-автомат) [3]. В перспективе и традиционные функции консьержа могут выполняться роботизированными автоматами. Экспериментальный образец прототипа такого робота-консьержа, разработанного компанией Saviore, уже апробирован на практике. Робот-дворецкий A.L.O Botlr может самостоятельно передвигаться по отелю, вызывать для гостей лифт, выполнять функцию гида по гостинице, доставлять во встроенным в корпус контейнере в любое необходимые гостю вещи и продукты. Другой инновационной технологией, ориентированной на поколение Y и Z, является широкое использование мобильных приложений, которые автоматически загружаются на смартфоны гостей и позволяют общаться с обслуживающим персоналом и руководством гостиницы. Например, мобильное приложение HOTEZA разработано в интуитивно понятном для поколения Y дизайне в стиле Facebook и Google, автоматически распознает язык гостя и может осуществлять перевод. В мобильном приложении содержится вся необходимая информация обо всех основных объектах туристской инфраструктуры и сервис интерактивных карт, что позволяет гостю оптимально спланировать туристский маршрут. Приложение предполагает интеграцию с основными социальными сетями (Facebook, Twitter и пр.) и позволяет гостю сообщить своё мнением об отеле [3].

Экологическое направление в деятельности отелей чрезвычайно актуально и реализуется с разными целями, в том числе и для удовлетворения запросов поколения Z и привлечения этой аудитории. Так в отелях Marriott реализуется программа вознаграждения, которая ежедневно дает гостям дополнительные 500 баллов на будущие пребывания, если они решат не стирать полотенца и не заменять предметы индивидуальной гигиены ежедневно.

Другие гостиничные предприятия, такие как Viceroy Miami, предлагают более бодрящие и духовные мероприятия, в том числе полный Занятия лунной йогой и сеансы у бассейна с марокканским маслом, уделяющие больше внимания благополучию и здоровью. Эти мероприятия также больше предназначены для гостей поколения Z.

Также для удовлетворения потребностей гостей поколения Z в создании ярких фотографий для публикации в соцсетях, гости-ницы работают над обновлением как экстерьера здания, так и интерьера гостиничных помещений. Так, например, гостиницы Санкт-Петербурга такие как WYNWOOD Hotel, Demetra Art Hotel используют в оформлении своих интерьеров произведения искусства, а также работы стрит-артеров. Также ярким примером для гостей поколения Yи Z является отель We&I Vertical в Санкт-Петербурге. 40% его гостей (ЦА) составляют люди в возрасте от 18 до 22 лет, 30% — в возрасте от 23 до 27 лет, а остальные 30% от 28 до 36 лет. В отеле предусмотрена должность комьюнити-менеджера, который организует досуг гостей начиная от настольных игр, заканчивая мастер-классами и просмотром кинофильмов. Также в отеле есть коворкинг-зона, что соответствует требованиям молодежи, работающей удаленно.

В помощь гостям поколений Y и Z современные отели предлагают и другие новые технологии. Так технология чат-ботов, благодаря искусенному интеллекту, может отвечать на многие запросы и устранять сомнения. Это позволяет усилить взаимодействие до и после пребывания, чтобы повысить лояльность клиентов и удержать гостей. Идея разработки интеллектуального чат-бота, ориентированного на гостеприимство, может помочь сократить разрыв между персоналом и гостями и, как следствие, улучшить репутацию и увеличить продажи.

Когда разрыв устранен, это помогает обеспечить эффективную коммуникацию между командой, давая им возможность сотрудничать и лучше сосредотачиваться на опыте гостей во время пребывания, работать более эффективно с улучшенной координацией и повышенным вниманием к гостям. Что в свою очередь обеспечивает индивидуальный подход в обслуживании гостей. Инновационный «бесконтактный» интерфейс позволяет применять новые стандарты безопасности и помогает понять поведение гостей на каждом этапе их пути. Бесконтактное обслуживание может расширить возможности, предугадывая потребности гостей, превосходя их ожидания. Одним из примеров того, как хорошо работают чат-боты, является запуск в 2014 году компанией Best Western Italy своего чат-бота «Лучший друг». Активный чат-бот в Facebook Messenger был разработан для облегчения общения с гостями и создания новых пространств для отношений и многоканального взаимодействия. В результате в 2017 году Best Western занял первое место в исследовании KPMG, посвященном лучшим компаниям

по управлению клиентским опытом стал вторым в Италии после гиганта электронной коммерции, такого как Amazon.

Другие технологии также могут помочь предоставить гостям больше информации в отеле, например: QR-код для меню ресторана; автоматизация услуг с помощью искусственного интеллекта (ИИ); интегрированные гостевые приложения; услуги на основе местоположения; технологические бизнес-центры; помещения для встреч с самообслуживанием и др. Современное поколение предпочитает не звонить и спрашивать, а искать информацию с помощью своих мобильных устройств.

Заключение. Молодежный туризм является одним из приоритетных направлений в развитии внутреннего и международного туризма. Для того, чтобы он уверенно развивался необходимо учитывать поведенческие характеристики, привычки, предпочтения и стиль жизни путешественников данной группы. Мировой и отечественный опыт успешных проектов в этой области показывает возможность и необходимость в изменениях подходов гостиничных предприятий для адаптации к запросам новой целевой аудитории.

В условиях современной ситуации в туризме, ставшей следствием пандемии коронавируса, предполагаются разные сценарии выхода из кризиса. Одним из направлений, способствующих выходу из кризиса, по мнению автора, станет молодежный туризм. Это предположение выдвигается в связи с тем, что молодежь — это активная, мобильная и более стойкая к проявлениям кризиса часть населения. Молодые туристы с одной стороны не привередливы к условиям и ищут менее известные направления, а с другой стороны ценят качество проведения времени в поездках.

Библиографический список

1. Берг Дж. ван ден, Берер М. «Крутые» всегда остаются «крутыми». Брендинг для поколения Y. СПб.: Питер, 2012. 240 с.
2. Возраст самых активных туристов URL: <https://yandex.ru/turbo/dni.ru/s/culture/2015/8/19/312512.html> (дата обращения 06.07.2021).
3. Климова С.А. ИТ-технологии как потребность современного путешественника в контроле над временем и пространством // Туризм в евразийском пространстве: реальности и новые тенденции: сб. материалов Евразийского науч. форума. Санкт-Петербург: МИЭП при МПА ЕврАзЭС, 2014. Ч. 1. С. 142–149.
4. Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект // Вопросы территориального развития. 2018. № 2 (42). DOI: 10.15838/tdi.2018.2.42.6

5. Малетин С.С. Особенности потребителей поколения Y в гостиничной сфере // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т.11. Вып. 4. С. 76–88.
6. Семенова Л.В., Климова Т.Б. Мировая гостиничная индустрия: современные тренды // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 4, № 4, 2018.
7. Эксперты выяснили, чем отличаются путешествия мужчин и женщин URL: <https://ria.ru/20200224/1565028618.html> (Дата обращения 26.07.2021).
8. Baldonado Arthur M. Motivating Generation Y and Virtual Teams. Open Journal of Business and Management, 2013, 1, 39–44. DOI: 10.4236/ojbm.2013.12006
9. Cheslaw L. Gen Z Are Pressuring the Travel Industry in All the Right Ways But is the industry ready to meet their needs? July 29, 2019 URL: <https://www.cntraveler.com/story/gen-z-are-pressuring-the-travel-industry-in-all-the-right-ways/>
10. Fawaz Z.R. Lifestyle Hotels: The Emergence of a New Creative Class., 2015. URL: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4069935.html>
11. Kane S. Common Characteristics of Generation Y Professionals. What Employers Should Know About Their Gen Y Employees. The Balance., 2019. URL: <http://www.thebalance.com/commoncharacteristics-of-generation-y-professionals-2164683> (дата обращения: 17.07.2021).
12. Kelley B. American Generation Y and The Hotel of 2030. A professional paper submitted in partial fulfillment of the requirements for the Master of Science Hotel Administration William F. Harrah College of Hotel Administration. Las Vegas, University of Nevada., 2012. URL: <https://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2471&context=thesesdissertations> (дата обращения 28.07.2021).
13. Luenendonk M. Common Characteristics of Generation Y Professionals 2019 URL: <https://www.cleverism.com/common-characteristics-of-generation-y-professionals> (дата обращения 28.07.2021).
14. WYSE Travel Confederation Facts and Stats/ WYSE Travel confederation. URL: <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/> (дата обращения 09.05.2021).

И.Г. Овчинникова

ОА «Отель Прикамье», директор, г. Пермь

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 338.46

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ

В статье рассматривается инновационная деятельность гостиничных предприятиях в условиях кризиса, вызванного новой коронавирусной инфекции COVID-19. Факторы внешней среды оказали сильное влияние на предприятия туристической отрасли, поскольку в это же время активно стали внедряться цифровые технологии. Соответственно руководство гостиничных предприятий должны при внедрении антикризисных инструментов использовать инновационные технологии, которые имеют особое влияние на конкурентоспособность.

Ключевые слова: гостиничные предприятия, инновационная деятельность, антикризисный менеджмент, цифровизация.

Irina G. Ovchinnikova

The Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Director of PJSC «Hotel Prikamie», Perm

INNOVATIVE ACTIVITY IN THE HOSPITALITY ENTERPRISES UNDER CONDITIONS OF CRISIS AND DIGITALIZATION

The article considers innovative activity in the hospitality enterprises under conditions of crisis caused by the new coronavirus infection COVID-19. External environmental factors have had a strong impact on the tourism industry enterprises, since at the same time digital technologies began to be actively introduced. Accordingly, management of the hospitality enterprises when implementing crisis prevention instruments should use innovative technologies, which have particular influence on competitiveness.

Keywords: hospitality enterprises, innovative activity, crisis prevention management, digitalization.

Кризисы оказывают негативное влияние на деятельность предприятий, особенно на внедрение инновационных технологий, поскольку в период сокращения затрат, приходится приостанавливать эту деятельность. Своевременное внедрение антикризисных инструментов, переосмысление влияния внешней среды, использование новых возможностей позволяет найти новые способы для того, чтобы продолжить инновационное развитие. Инновационная деятельность — это

целенаправленная и организованная творческая деятельность, состоящая из совокупности различных видов работ, взаимоувязанных в единый процесс по созданию, производству и реализации инноваций [6].

В настоящее время на уровень конкурентоспособности, на эффективность кризис — менеджмента, влияет способность организации оперативно внедрять инновации и добиваться нужных результатов. Принятие антикризисных решений, с использованием инновационных технологий, вызвано тем, что на ряду с продолжающимся коронакризисом, мир охватила новая промышленная революция, именуемая Индустрией 4.0. «Продуктом» новой индустрии стала глобальная цифровизация, которая проникает во все аспекты жизни общества. По данным ООН доля цифровой экономики

© Овчинникова И.Г., 2021

Овчинникова Ирина Геннадьевна,

директор ОА «Отель Прикамье»; старший преподаватель кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет, соискатель ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»;

ovig@list.ru

в мировом ВВП составляет от 4,5 % до 15 % [5]. В понятие цифровизация в научной среде вкладываются трансформацию в социально-экономической сфере посредством массового внедрения цифровых технологий поиска, создания, обработки, обмена и передачи информации (big data) или, другими словами, создание искусственного интеллекта, формирование человека-машинных систем [2, 3]. Такие технологии открывают огромные возможности для бизнеса, науки, организации жизни людей. Согласно классификации технологических укладов С.Ю. Глазьева, который выделяет их по временным периодам, мир сейчас находится на шестом технологическом укладе (2010–2040 гг.) [4]. Цифровизация выступает его интегрирующим ядром [2]. Основой этого уклада является использование нанотехнологий, биоинженерии, гелио- и ядерной энергетики [4]. Без информационных технологий, без искусственного интеллекта невозможно создание «гибридных» продуктов. Все страны вынуждены на стратегическом уровне реагировать на эти изменения. Так в Российской Федерации 21 июля 2020 году в условиях пандемии Президент подписал Указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Основное содержание целей сводится к прорывному развитию Российской Федерации, увеличению численности населения страны, повышение уровня жизни граждан, создание комфортных условий для их проживания, а также раскрытия таланта каждого человека [8]. В числе названных целей: сохранение населения, здоровье и благополучие людей; возможности для самореализации и развития талантов; комфортная и безопасная среда для жизни; достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; цифровая трансформация.

Определение таких ориентиров говорит о том, что в России несмотря на сложность ситуации, в разных отраслях начинают внедряться цифровые решения с учетом специфик деятельности предприятий. Туристический и гостиничный бизнес не может остаться в стороне, поскольку уже ощущал на себе влияние глобальной цифровизации. Это объясняется особенностями данной отрасли: информационно насыщена, трудоемка, быстрота принятия решений, изменчивость качества и т.д. Изменение бизнес — процессов, новые потребности гостей требуют внедрение инновационных технологий. На микроуровне — предприятия туристической и гостиничной отрасли вынуждены обратить свое внимание на цифровые продукты, поскольку сейчас и на глобальном уровне, и на уровне государств принимаются стратегические программы по цифровизации

данной отрасли. Так UNWTO заявляет о том, что использование инноваций и цифровых достижений открывает туризму возможности для большей вовлеченности общества, расширения возможностей и более эффективного управления ресурсами [1]. В России принята «Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года», в которой подчеркивается внедрение цифровых технологий, они должны формировать основные тенденции развития туристской отрасли [7]. Цифровые продукты в туризме должны привести: к снижению транзакционных издержек; к повышению информированности участников цифровых сервисов и платформ; к переводу услуг (оформление документов, оплат) в онлайн режим (например, совместная программа Ростуризма и платежной системы «МИР»); эффективное предоставление информации по времени и для исключения двойного предоставления информации, эффективное взаимодействие с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации туристских продуктов и проектов. Для успешной борьбы с влиянием кризиса на деятельность гостиничных предприятий, необходимо начать процесс внедрения инноваций, которые в свою очередь, станут одним из антикризисных инструментов и позволят формировать новые конкурентные преимущества.

Инновационные технологии в гостиничном бизнесе можно объединить в следующие группы:

1. Информационные продукты: глобальные системы бронирования, программы управления отелем; интернет-технологии;
2. Инновационная гостиничная инфраструктура: оснащение номера, организация пространства общественных помещений и номерного фонда;
3. Технологии, обеспечивающие безопасность гостей;
4. Система управления гостиничным предприятием: современная типология гостиниц, системы управления персоналом, кадровые технологии, управление бизнес-процессами;
5. Инновационные маркетинговые технологии.

Основными «амбассадорами» инновационных продуктов на рынок гостиничных услуг всегда были и остаются международные гостиничные операторы. Именно их отели самыми первыми стали потребителями PMS (программа управления отелем), далее стали устанавливать дополнительные модули по развитию систем управления доходами, CRM-систем и т.д. Прорывные технологии особенно появлялись в кризисные и посткризисные периоды, их функционирование совершенствовалось,

автоматизировались ручные процессы и повышалась эффективность бизнес-процессов (мобильные ключи, мобильные приложения, роботы-администраторы, безконтактные технологии check-in, check-out, новые технологии управления персоналом с использованием эмоционального интеллекта и т.д.). Практика показывает, что международные гостиничные операторы быстрее внедряют инновационные технологии в свою деятельность, либо являются разработчиками своих собственных технологий. Таким образом, используя инновационные технологии в антикризисном менеджменте гостиничные предприятия добиваются устойчивых конкурентных преимуществ. Справедливо будет отметить, что в условиях Индустрии 4.0 основная конкурентная борьба разворачивается на фоне более быстрого внедрения информационно-коммуникационных технологий. Для обеспечения конкурентоспособности российские гостиничные предприятия должны обратить внимание на постоянное освоение цифровых продуктов. Если этого не происходит, то после выхода из кризиса, достигнув определенных стабильных финансовых результатов, гостиницы, по сути, возвращаются к прежней модели функционирования предприятия. Кризис, как показывает опыт, не замедляет развитие гостиничных предприятий, а наоборот активизирует все процессы, поскольку заставляет искать инструменты по оптимизации процессов и затрат, по созданию эффективной системы управления персоналом, поиска новых источников доходности, выстраивание новых форм развития бизнеса (например, экосистемы), а также внедрение инновационных технологий. Многие исследователи отмечают, что технологические изменения неизбежно влекут к переменам в социально-экономическом устройстве общества: появление нового индустриального общества второго поколения (НИО.2), новые способы организации производства, новые системы ценностей и структуры потребностей [2]. Соответственно, гостиничные предприятия, помимо вложений инвестиций в развитие инновационных технологий, должны обратить внимание на:

1. Дифференциацию продукта на разные сегменты рынка — строительство гостиничных объектов в соответствии с новыми потребностями потребителей (эффективность использования пространства, минимализм, эко-концепции)

2. Расширение дистрибуционной сети за счет установления партнерских отношений с онлайн системами бронирования (Booking.com, Expedia и т.д.);

3. Оптимизацию затрат, снижение издержек благодаря автоматизации процессов, за счет

сокращения затрат на эксплуатацию гостиничного комплекса и т.д.;

4. Развитие новых гостиничных продуктов (коворгиновые пространства, экопродукты и т.д.)

5. Адаптацию гостиничного предложения к новым потребностям потребителей (переоснащение номеров, внедрение новых продуктов в соответствии с возрастанием интереса к здоровому образу жизни, безопасности, экологичности и т.д.);

Исходя из представленной ситуации, можно сделать вывод, что инновационные технологии в гостиничном бизнесе являются необходимым условием в достижении конкурентных преимуществ на долговременный период, а также в условиях кризисов способствуют эффективному антикризисному менеджменту. Особенно актуально это становится в Индустрии 4.0, поскольку изменения происходят не только в бизнес-процессах, а самое главное меняются потребности потребителей, что заставляет предприятия быстро реагировать на их изменения.

Библиографический список

1. Guiding tourism's recovery. URL: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19> (дата обращения: 28.07.2021).
2. Бодрунов С.Д. Реиндустириализация в условиях новой технологической революции: дорога в будущее // Управленец. 2019. Т. 10. №5. С. 2–8.
3. Быковская Е.Н., Кафиятуллина Ю.Н., Харчило-ва Г.П. Современные тенденции цифровизации инновационного процесса // Управление. 2018. №1 (19). С. 38–43.
4. Глазьев С.Ю. Великая цифровая революция: вызовы и перспективы развития для России XXI века. URL: <https://glazev.ru/articles/6-jekonomika/54923-velikaja-tsifrovaja-revoljutsija-vyzovy-i-perspektivy-dlya-jekonomiki-i-veka> (дата обращения: 28.07.2021).
5. Доклад о цифровой экономике 2019. ООН. Женева. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf (дата обращения: 28. 07. 2021).
6. Койкова Т.Л. Возрастание роли инновационной деятельности предприятий сервиса и туризма в условиях кризиса // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инноваций // Сб. ст. победителей IV Международной научно-практической конференции. 2016. С. 122–125.
7. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe-agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii/strategiya-razvitiya-turizma/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения: 21 октября 2020 года).
8. Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Доступ из справ.-правовой системы «Гарант Плюс».

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

М.М. Тиунова, И.В. Фролова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 796.5

К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТЯХ РАЗВИТИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПОЛЯРНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Полярные территории России — это самые северные территории, расположенные за пределами Северного полярного круга. Они зачастую характеризуются отдаленностью и труднодоступностью. При растущем к ним интересе вопросы развития туризма и соответствующей инфраструктуры не менее актуальны. Полярные территории обладают уникальными природно-климатическими характеристиками для развития экстремальных видов туризма. В качестве ключевых территорий для определения и сравнения возможностей развития экстремального туризма выбраны территории Кольского полуострова и Заполярный Урал. Цель данной работы — определить природно-климатические особенности полярных территорий России для развития экстремального туризма на примере Заполярного Урала и Кольского полуострова. Для сравнения территорий были выбраны критерии: температурный режим в течение года, световой режим, особенности циркуляции воздушных масс, особенности рельефа, развитость речной сети, развитость инфраструктуры. Исследуемые территории Заполярного Урала и Кольского полуострова схожи между собой. Для них характерен пересеченный рельеф, наличие развитых речных долин и озер преимущественно ледникового происхождения. Главными проблемами исследуемых полярных территорий являются суровые природно-климатические условия, отдаленность от основной полосы расселения, недостаточная инновационная активность, высокая стоимость услуг и низкий уровень туристского сервиса.

Ключевые слова: экстремальный туризм, полярные территории, Кольский полуостров, Заполярный Урал, сравнительный анализ.

М.М. Tiunova, I.V. Frolova

Perm State University

ABOUT THE POSSIBILITIES OF EXTREME TOURISM DEVELOPMENT IN THE POLAR TERRITORIES

The polar territories of Russia are the most northern territories located inside the Arctic Circle. They are often characterized by remoteness and inaccessibility. With the growing interest, the issues of tourism development and related infrastructure are no less urgent. The polar territories have unique natural and climatic characteristics for the development of extreme tourism. The territories of the Kola Peninsula and the Zapolyarnii Urals were selected as key territories for determining and comparing the possibilities for the development of extreme tourism. The purpose of this work is to determine the natural and climatic features of the polar territories of Russia for the development of extreme tourism using the example of the Zapolyarnii Urals and the Kola Peninsula. To compare the territories, the following criteria were chosen: temperature regime throughout the year, light regime, features of the circulation of air masses, features of the relief, the development of the river network, and the development of infrastructure. The studied territories of the Zapolyarnii Urals and the Kola Peninsula are similar to each other. They are characterized by a rugged relief, the presence of developed river valleys and lakes of predominantly glacial origin. The main problems of the studied polar territories are the harsh natural and climatic conditions, remoteness from the main settlement zones, insufficient innovation activity, high cost of services and low level of tourist service.

Keywords: extreme tourism, polar territories, Kola Peninsula, Zapolyarnii Urals, comparative analysis.

Введение. Полярные территории России — это самые северные территории, расположенные за пределами Северного полярного круга. Они зачастую характеризуются отдаленностью и труднодоступностью. При растущем интересе к полярным территориям вопросы развития туризма и соответствующей инфраструктуры не менее актуальны, особенно в связи с объективными причинами изменения туристских предпочтений и турииндустрии. Полярные территории обладают уникальными природно-климатическими характеристиками для развития экстремальных видов туризма. На данных территориях распространены суровые климатические условия. Для них характерны низкие и невысокие температуры в течение всего года, многолетняя мерзлота или оледенения, полярные день и ночь. Территориальная отдаленность послужила сохранению уникальных экосистем. Здесь находятся крупнейшие в северном полушарии птичьи базары, лежбища моржей и других ластоногих, важнейшие ареалы обитания белого медведя.

В 2020 г. принята новая стратегия развития Арктической зоны РФ и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г. В рамках этой стратегии определяются возможные решения вопросов промышленной, социальной и экономической сфер, а также развития туризма, необходимой инфраструктуры и организации различных мероприятий в северных районах страны, например, расширение возможностей посещения туристами морских районов, которые прилегают к северному побережью России, развитие условий для приема туристов на островной части, предлагаются меры по сохранению и популяризации культурного наследия, развития традиционной культуры и т.п. [12].

В европейской части Российской Арктики туристским центром можно считать Мурманск — это город-порт, который расположен на береговой линии Баренцева моря. Данный порт является незамерзающим, что обуславливает возможность его круглогодичного использования. Из Мурманска можно совершить круиз на Шпицберген, к Новой Земле, парку «Русская Арктика», заказнику «Земля Франца-Иосифа». Эти направления являются наиболее популярными [13].

Тиунова Мария Михайловна,
выпускник Пермского государственного национального
исследовательского университета;
masha_tiunova@bk.ru

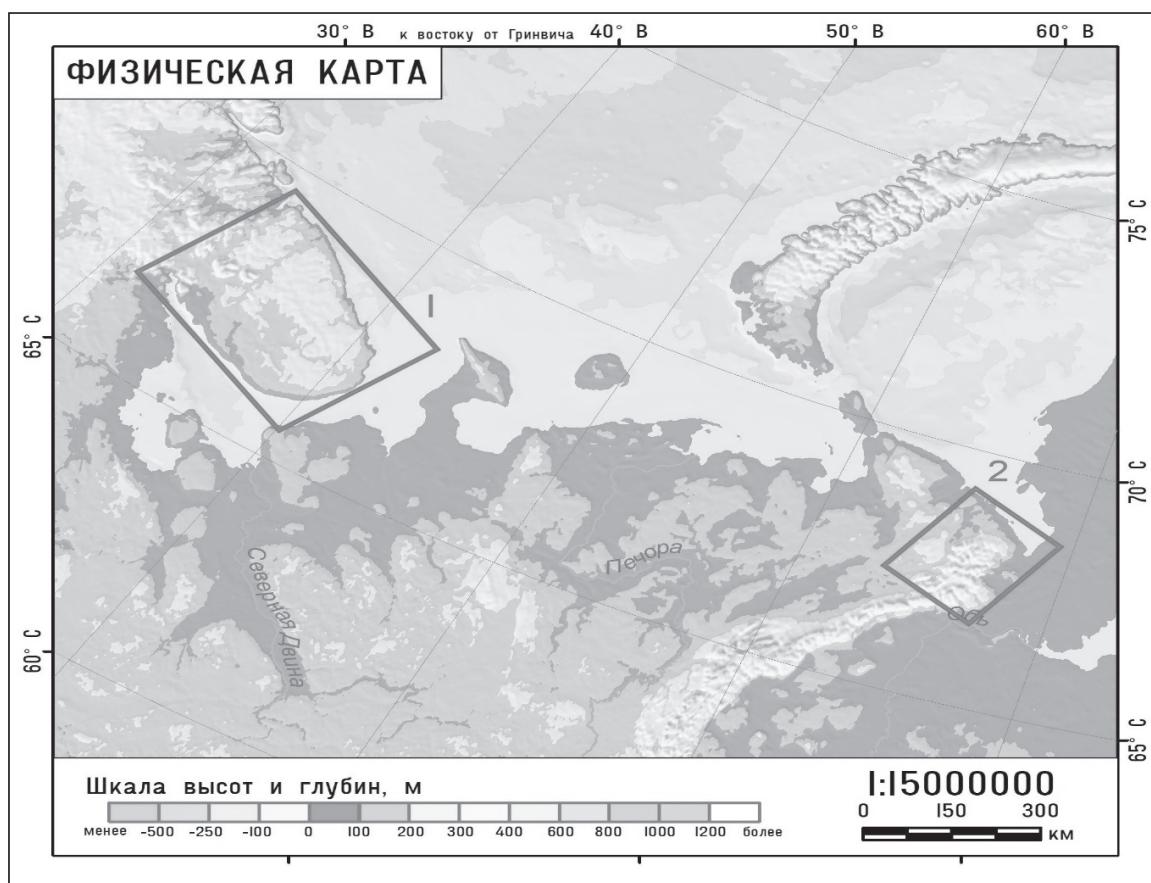
Фролова Ирина Викторовна,
к. геогр. н., доцент кафедры физической географии и
ландшафтования, Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
irvik13@gmail.com

В качестве ключевых территорий для определения и сравнения возможностей развития экстремального туризма в приполярных территориях выбраны территория Кольского полуострова и Заполярный Урал (рисунок). Цель данной работы — определить природно-климатические особенности полярных территорий России для развития экстремального туризма на примере Заполярного Урала и Кольского полуострова в ходе их сравнения по заранее определенным критериям.

Стоит отметить, что для данных территорий характерен круглогодичный туризм, но в зависимости от времени года определяются преобладающие виды туризма. В зимнее время возможно проведение лыжных походов, а в летнее — трекинговых походов и сплавов. Для каждого сезона существует наиболее благоприятный по природно-климатическим условиям период для проведения походов [5, 13].

Территория Заполярного Урала — область с сохранившейся природной уникальностью. Выбор этой территории обусловлен небольшой популярностью у туристов и своеобразием неизмененной природы. При поисковом запросе «Заполярный Урал» Google выдает 397 тыс. результатов, при запросе «Туризм в Заполярном Урале» — 280 тыс. результатов, «Северный Урал» и «Туризм в Северном Урале» имеют соответственно 6 200 тыс. и 4 640 тыс. результатов соответственно (для сравнения — в этой же поисковой системе запрос «Туризм в Среднем Урале» дает 8 160 тыс. результатов). Помимо этого, информацию об услугах организованных туристских поездок сложно найти в открытых ресурсах Интернета. Зачастую это связано с тем, что данную территорию относят к области Полярного Урала (по более простой схеме районирования). Чтобы понять относится то или иное предложение к изучаемой территории, приходится рассматривать каждый результат поиска индивидуально. Также стоит учитывать, что из-за труднодоступности и отдаленности территории организация похода в Заполярный Урал подразумевает большие финансовые затраты. Однако, несмотря на сложности поиска подходящего предложения, можно найти описания и примеры проведения походов и экспедиций в книжных изданиях и личных блогах туристов, которые сами организовывали походы в Заполярном Урале [1, 6, 14].

Оценивая результаты поиска в сети Интернет, можно сделать предположение, что исследуемый район недостаточно востребован в природоориентированном экстремальном туризме. Однако сама территория Заполярного Урала обладает значительным туристским



Исследуемые территории: 1 – Кольский полуостров; 2 – Заполярный Урал

потенциалом для организации и проведения различных походов в любое время года. Данная область Урала характеризуется развитой речной сетью и сложным, пересеченным рельефом, который является основным фактором развития пеших походов как в летнее, так и в зимнее время года.

Самый крупный город на территории Заполярного Урала — Воркута. Именно оттуда начинается преимущественная часть туристских маршрутов. До самого города можно добраться любым удобным способом: воздушным, автомобильным или по железной дороге.

К наиболее известным туристским маршрутам можно отнести:

1. По рекам Каре, Большой Каре, Щучьей, Большой Хадате и Усе. Данный маршрут является водно-пешеходным, его протяженность составляет 532 км, а по продолжительности рассчитан на 25 дней.

2. По рекам Каре, Большой Каре, Нярма-Яхе и Каре. Длина этого водно-пешеходного маршрута составляет 361 км, а его продолжительность 20 дней.

3. По высокогорью северной части Полярного Урала: ст. Хальмер-Ю – р. Кары – ручью Озерному – оз. Оче-Ты – оз. Малому Щучьему – поселок Харбей. Данный маршрут может быть как пешим, так и лыжным в зависимости

от времени его проведения. Общая протяженность маршрута 301 км, а продолжительность 16 дней.

Не смотря на существенный ландшафтный туристский потенциал Заполярного Урала существуют факторы, которые, так или иначе, осложняют организацию и проведение туристских маршрутов. Так для изучаемой территории характерны следующие особенности:

1. Климатические условия в зимний период: суровый арктический климат и сложные метеорологические условия — постоянные низкие температуры воздуха, высокая влажность воздуха и сильные ветры обуславливают частые метели и снежные бураны, которые затрудняют передвижение.

2. Особенности светового дня. Отличительной особенностью (а иногда и причиной похода в данный район) Заполярного Урала является полярная ночь. Более 23 часов в сутки земная поверхность не получает солнечного света. День разделяется на сумерки и ночь, из-за чего ориентирование на местности усложняется. Это обуславливает, при определенных условиях, возникновение другого явления — северное сияние.

3. Пересеченный рельеф. Местность, на которой прокладывают лыжные маршруты, чаще всего тундровая, в некоторых районах

гористая, сильно пересеченная, покрытая валунами и каменной россыпью, в других районах — равнинная, болотистая. Наличие развитой речной сети также усложняет разработку туристского маршрута.

Учитывая перечисленные факторы, наиболее благоприятное время для организации маршрута в Заполярный Урал — апрель. В это время года уже значительно теплее, ветры намного слабее, а метели имеют менее частый характер. Световой день становится сравнимо длиннее. К концу апреля солнце стоит выше горизонта почти 9 часов. С середины мая начинаются белые ночи. Температура воздуха в апреле редко опускается ниже -30°C .

Для речного туризма в Заполярном Урале характерны следующие особенности:

1. Передвижение на реках Заполярного Урала возможно от 3 до 4 месяцев (июнь — начало сентября).

2. Сложность водного похода определяется геоморфологическим строением речной долины и русла. Естественными препятствиями являются особенности порогов, расход воды, глубина плесов и перекатов. Многие реки в Заполярном Урале горные. Долины рек Большая Хадата, Собь и другие в возвышенных частях — типичные троги с плоским широким дном, крутыми берегами, с участками конечных и боковых морен. Для долин характерны резкие изломы в продольном профиле, где образуются наиболее труднопроходимые для сплавов пороги с крутым сливом и бурным течением. Однако берега долинных рек зачастую невысокие и каменистые, по ним легко передвигаться. Местами долины рек представляют глубокие с отвесными берегами каньоны, например реки Большая Уса, Кара, Щучья. Такие места наиболее опасны для сплавов [2, 5].

3. Большое количество гнуса (комары, мошки, слепни и другие) [1].

В летнее время на территории Заполярного Урала возможно проведение треккинговых походов. Для разработки маршрутов необходимо также учитывать все перечисленные выше природно-климатические особенности.

Подводя итог, можно сказать, что для туризма на территории Заполярного Урала характерна сезонность, его можно разделить на летний и зимний. В зимний период оптимальным временем можно считать конец апреля и начало мая. В первую очередь, выбор этих месяцев обусловлен природными условиями, когда зима становится менее суровой, а световой день становится более продолжительным. Для летнего периода наиболее благоприятными месяцами в проведении походов можно считать июль и август — для треккинговых походов, июнь — сентябрь для сплавов.

Территория Кольского полуострова.

При поисковом запросе «Кольский полуостров» Google выдает 754 тыс. результатов, при запросе «Туризм на Кольском полуострове» — 507 тыс. Данные показывают небольшую популярность именно Кольского полуострова. Поиск информации о турах на Кольский полуостров дает достаточно много предложений от различных компаний. Цена таких организованных поездок варьируется от 6 500 руб. до 115 000 руб. (максимальная найденная цена за тур) на портале youtravel.me [21]. Стоит отметить, что стоимость тура не включает личную экипировку членов группы, стоимость которой зависит от места, времени проведения и сложности похода. Многие туристы отправляются в самостоятельные путешествия по Кольскому полуострову [7, 15].

Данная территория обладает необходимыми характеристиками для походов в любое время года. Во-первых, разнообразный рельеф: горный, равнинный, развитая речная сеть. Горная часть главным образом представлена Хибинами, равнинная часть — заболоченными областями. Местной особенностью Кольский полуострова (явление характерно для всех полярных районов) являются полярный день и полярная ночь. Продолжительность полярной ночи от 15 до 45 дней. С мая по август наблюдается другое явление — полярный день. Такие явления являются одним из важных факторов планирования своей поездки. Не менее важно учитывать и ход температур. Так, например, для проведения пеших походов нужно, чтобы среднесуточная температура не опускалась ниже 0°C — начало мая по сентябрь. Аналогичная ситуация и с зимним туризмом, однако здесь уже необходимы устойчивые отрицательные температуры, но не морозы — с декабря по февраль [3, 17].

Таким образом, район обладает необходимой базой для развития туристских направлений как в месяцы теплого, так и холодного времени года. Также стоит отметить, что время, в которое планируется проведение маршрута, будет определять лимитирующие и генерирующие факторы:

1. Территория расположена в пределах субарктического морского климата, однако восточная и юго-западная части обладают чертами умеренно холодного климата. Это обуславливает сложные метеорологические условия — низкие температуры, сильные ветры, затяжные метели, высокую влажность и переменчивую погоду.

2. Особенности светового дня, а именно наличие полярной ночи (в холодный период). В это время день подразделяется на ночь и сумерки, солнце практически не поднимается

над горизонтом, что затрудняет передвижение и ориентацию во время похода.

3. Рельеф на территории Кольского полуострова достаточно разнообразен. Можно встретить такие формы как горные вершины, хребты, овраги, ручьи, реки, озера, болота и другие.

Таким образом, на основе перечисленных природных особенностей проводится разработка туристского маршрута. Стоит учитывать, что наиболее благоприятное время проведения лыжных походов — март. Это обусловлено тем, что в это время морозы становятся слабее, а продолжительность дня увеличивается. Хотя горнолыжные маршруты доступны в течение всего зимнего периода.

Речной туризм также пользуется популярностью на территории Кольского полуострова. Так при поисковом запросе «сплав по рекам Кольского полуострова» в системе Google представляется более 55 тыс. результатов. Для этого вида также существуют характерные особенности:

1. Уровень сложности сплава. Реки на Кольском полуострове есть как с равнинным типом течения, так и горным.

2. Большое количество гнуса, особенно во второй половине лета.

Таким образом, наиболее благоприятное время для проведения сплавов по рекам — июнь — начало сентября. Поскольку реки полностью освобождены от льда, температура воды достигает положительных отметок, а приятным бонусом является собирательство и рыбалка.

Для проведения треккинговых походов на территории Кольского полуострова стоит учитывать следующие особенности:

1. Температурный режим. Наиболее подходящее время — теплые месяцы (с конца мая по начало сентября), когда температуры не опускаются ниже 0°C.

2. Полярный день (продолжительность светового дня более 23-х часов), постоянный солнечный свет может негативно влиять на психику человека.

3. Большое количество гнуса.

Таким образом, маршрут лучше разрабатывать с расчетом его прохождения в июне и июле, когда суточная температура воздуха не опускается ниже 0°C. Также стоит учитывать полярный день, когда рекомендуется брать плотные повязки на глаза для сна, а также солнцезащитные очки. Выбранный период обусловлен наименьшим количеством гнуса. Наибольшее количество насекомых наблюдается в июле и августе. В теплый период возможны рыбалка и собирательство, что в некоторой степени упрощает жизнедеятельность во время проведения похода [9].

Самый крупный город на территории Кольского полуострова — Мурманск. Именно оттуда начинается большинство туристские маршруты. До самого города можно добраться любым удобным способом: воздушным, автомобильным или по железной дороге.

К наиболее популярным экстремальным туристским маршрутам на территории Кольского полуострова можно отнести:

1. Сплавы по рекам: Тумча (рассчитан на 7 дней); Териберка (рассчитан на 3 дня); Красненькая — Кутсайоки — Тумча (рассчитан на 7 дней); Тумча (рассчитан на 7 дней); Умба (рассчитан на 7 дней);

2. Пеший поход: долина р. Кунийок — перевал Южный Рисчорр — оз. Академическое — оз. Умбозеро — г. Каскасунчорр — ущ. Рисчорр — г. Куэльпорр (рассчитан на 3 дня);

3. Пеший поход: Терибеки — Абрам-Мыс (рассчитан на 5 дней);

4. Пеший поход: хр. Муста-Тунтури — м. Земляной — побережье п-ва Средний — п-ов Средний — м. Коровий — м. Немецкий — м. Кекурский — пос. Мыс (рассчитан на 7 дней).

Таким образом, для туризма на территории Кольского полуострова характерна сезонность. Это значит, что его можно разделить на туризм в холодной или теплый период года. Так, например, в зимнее время возможно проведение лыжных походов, а в летнее — треккинговых походов и сплавов. Для каждого сезона определяется свой наиболее благоприятный период. В зимний период оптимальным временем можно считать конец апреля и начало мая — обусловлено природными условиями, когда зима становится менее суровой, а световой день становится более продолжительным. В основном зимой распространен лыжный туризм. Однако стоит дополнить, что на специально оборудованных горнолыжных трассах туристский период существенно продолжительнее — весь холодный период. Наиболее благоприятными месяцами в проведении походов теплого периода можно считать июнь, июль — для треккинговых походов и сплавов. Выбор этих месяцев обусловлен природно-климатическими условиями.

Сравнительный анализ возможностей для развития экстремального туризма Заполярного Урала и Кольского полуострова. Для сравнения территорий были выбраны, в основном, природные критерии, что определяется экстремальными условиями рассматриваемых территорий: температурный режим в течение года, световой режим, особенности циркуляции воздушных масс, особенности рельефа, развитость речной сети, развитость инфраструктуры.

Температурный режим. Средние температуры на территории Заполярного Урала в зимний период составляют от -14°C до -17°C . Их изменение прослеживается с запада на восток с характерным уменьшением температур. Если говорить о летних температурах, то можно заметить, что изменение происходит с севера на юг (температура увеличиваются). Так средние температуры на севере составляют $+12^{\circ}\text{C}$, а на юге достигают $+15^{\circ}\text{C}$. Для Кольского полуострова характерны средние зимние температуры, не превышающие -15°C , а также их изменение по долготе, за исключением горных областей. С юго-востока на северо-запад происходит снижение средних температур от -9°C до -12°C . Летние температуры изменяются с северо-востока на юго-запад от $+13^{\circ}\text{C}$ до $+18^{\circ}\text{C}$ [20].

Световой режим. На территории Заполярного Урала продолжительность полярного дня составляет — от 15 до 70 дней, а полярной ночи — от 10 до 40 дней. Для северных территорий показатель выше, чем для южных, так как такое явление связано с широтным положением. Для Кольского полуострова характерна продолжительность полярной ночи от 15 до 45 дней в зависимости от широтного положения. Полярные дни более продолжительны — от 40 до 70 дней в зависимости от широтного положения [9].

Особенности циркуляции воздушных масс. Для территории Заполярного Урала характерна частая смена воздушных масс и неустойчивость различных типов погоды. Особенно это заметно в горной части. Однако для большей части территории характерна полярная циркуляция воздушных масс южного и юго-западного направлений. Циркуляция воздушных масс над Кольским полуостровом имеет несколько форм: западная, восточная, меридиональная. Наиболее распространено меридиональное направление с севера на юг. При западном переносе воздушных масс в восточном направлении над исследуемой территорией наблюдается неустойчивая погода. Такой перенос возможен как в летние, так и в зимние месяцы, однако наиболее распространен в летние и осенние месяцы. При восточном переносе воздушные массы двигаются с юго-запада на северо-восток, что способствует потеплению. При меридиональном переносе воздушных масс над полуостровом формируются отрицательные аномалии с похолоданием [4].

Рельеф. Для обеих территорий характерны равнины и горы. Равнинные части главным образом представлены болотами и заболоченными территориями. Горная часть более разнообразна, расчленена речными долинами.

Если для Заполярного Урала наиболее характерны относительно короткие обособленные хребты и горные массивы с округленными вершинами, то для гор Кольского полуострова — платообразные вершины [3; 5].

Развитость речной сети. В обеих исследуемых территорий хорошо развита речная сеть. В Заполярном Урале наиболее крупными являются реки Уса и Кара, менее крупными, но используемые в туризме — Щучья, Большая Хадате, Большая Кара, Нярма-Яхе и другие. Многие реки связаны с озерами (например, Большое и Малое Щучье, Усвато, Большое и Малое Хадата, Кузто, Глубокое, Черново и др.). Наиболее крупными и популярными реками Кольского полуострова являются Тумча, Териберка, Красненькая, Кутсайоки, Умба и другие. Реки так же, как и на территории Урала, связаны с озерами [5; 18].

Развитость инфраструктуры. Все полярные территории располагают менее развитой инфраструктурой как транспортной, так и туристской. Это связано с неблагоприятными природно-климатическими условиями, удаленностью от основной области расселения человека. Все это приводит к очаговому освоению территории, ориентированному на сырьевую или транспортно-стратегический факторы [2].

Территория Кольского полуострова в сравнении с другими арктическими районами, в том числе и Заполярным Уралом, обладает развитой транспортной и туристской инфраструктурой. Главным образом это обусловлено географическим положением и наличием крупного международного порта — г. Мурманск. Территории полуострова расположена в европейской части России, то есть в области более раннего освоения, нежели территория Урала [16].

На данный момент наиболее развитая часть Кольского полуострова — западная. Здесь находятся крупные города — Мурманск, Североморск, Никель, Заозерный, Мончегорск, Кировск, Ковдор, Алакурти, которые являются транспортными узлами. Территория располагает достаточно развитой железнодорожной, автомобильной, воздушной транспортной сетью. Наиболее развит железнодорожный транспорт — Мурманская магистраль. Район связан авиасообщением не только с городами России, но и выполняются авиаперелеты в другие страны. География полетов составляет 14 направлений на 27 мая 2021 г. согласно официальному сайту аэропорта Мурмаш в г. Мурманск. Также присутствует автомобильная магистраль Мурманск — Санкт-Петербург [11].

Туристская инфраструктура Кольского полуострова также достаточно развита. При поиске

гостиниц и отелей было найдено более 150 предложений на портале *tonkosti.ru*. Есть и популярные туристские центры — горнолыжные курорты: Большой Вудъявр, Кукисвумчорр, Хибина, Воробьиная гора, Норд стар и другие [8].

Если рассматривать район Заполярного Урала, то его территория связана с центральной частью России железной дорогой по направлениям Воркута — Москва и Воркута — Лабытнанги. Также из г. Воркута возможно авиасообщение с г. Москва. При поиске гостиниц, отелей и хостелов было найдено 35 предложений на портале *booking.com* [10; 19].

Заключение. Исследуемые территории Заполярного Урала и Кольского полуострова схожи между собой. Для них характерен пересеченный рельеф, наличие развитых речных долин и озер преимущественно ледникового происхождения.

Несмотря на схожее географическое положение, территория Кольского полуострова обладают более мягким климатом. Средние температуры в июле от +13°C до +18°C, их увеличение происходит с северо-востока на юго-запад. Температуры января изменяются с юго-востока на северо-запад от -9°C до -12°C. Воздушные массы имеют более постоянный характер циркуляции. В Заполярном Урале в июле температура изменяется с севера на юг от +12°C до +15°C. Температуры в январе изменяются с запада на восток от -14°C до -17°C. Для территорий характерны полярный день и полярная ночь. Общей особенностью является преобладание тундровой растительности, что обусловлено климатом данных районов. Животный мир здесь по-своему разнообразен. На территории Кольского полуострова распространены птичьи базары. Помимо типичных представителей тундры (медведь, волк, заяц, лисица, северный олень) встречаются многие виды ластоногих, большое количество видов птиц и рыб.

Сфера туризма в исследуемых полярных территориях с каждым годом получает все большее внимание. Главными проблемами исследуемых полярных территорий являются суровые природно-климатические условия, отдаленность от основной полосы расселения, недостаточная инновационная активность, высокая стоимость услуг и низкий уровень туристского сервиса. Для развития экстремальных видов туризма на полярных территориях России необходимо правильное планирование общего экономического развития данных территорий. Согласно Стратегии экономического развития Мурманской области на период до 2025 г. приоритетами региональной политики в сфере туризма являются: 1) развитие туристско-рекреационного кластера Мурманской области и кластера

Северного дизайна, 2) создание и развитие комфортной инфраструктуры посредством расширения системы туристской навигации и ориентирующей информации на территории региона, 3) повышение качества туристских услуг и качества и конкурентоспособности туристского продукта. В Стратегии социально-экономического развития Республики Коми на период до 2035 г. нельзя выделить конкретные проекты региональной политики в сфере туризма на территории Заполярного Урала (Воркутинский ГО), так как основной упор сделан на центральные части субъекта. Однако приоритетными являются те же положения, что и в Стратегии экономического развития Мурманской области на период до 2025 года.

Таким образом, при определении возможностей развития экстремальных видов туризма на полярных территориях отметим, что оба района имеют большой природный потенциал для их развития. Однако в связи с большей отдаленностью от основной полосы расселения России и меньшей экономико-политической значимостью на территории Заполярного Урала нерационально создание туристской инфраструктуры. Тем не менее, территория Кольского полуострова, обладая столь же большим природным потенциалом, имеет еще и высокое экономико-политическое значение, что обуславливает необходимость комплексного развития территории, в том числе расширение и обновление туристской инфраструктуры для организации видов экстремального туризма.

Библиографический список:

1. Болдырев С., Жмурев В., Косарев Е. Сложные туристские походы / С. Болдырев, В. Жмурев, Е. Косарев. URL: <http://obg-19.narod.ru/literatura/boldyrev.pdf> (дата обращения: 17.04.2020).
2. Большаков Я.А., Фридкин В.Н. Возможности и перспективы Мурманской области в развитии транспорта Арктического региона / Я.А. Большаков, В.Н. Фридкин. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-perspektivy-murmanskoy-oblasti-v-razvitiu-transporta-arkticheskogo-regiona/viewer> (дата обращения: 27.05.2021).
3. Большая Российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru> (дата обращения: 24.02.2020).
4. Демин В.И., Священников П.Н., Иванов Б.В. Изменения крупномасштабной циркуляции атмосферы и современное потепление климата на Кольском полуострове / В.И. Демин, П.Н. Священников, Б.В. Иванов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izmeneniya-krupnomasshtabnoy-tsirkulyatsii-atmosfery-i-sovremennoe-poteplenie-klimata-na-kolskom-poluostrove> (дата обращения: 27.05.2021).
5. Кеммерих А.О. Полярный Урал / А.О. Кеммерих. URL: <https://book.exje.ru/wp-content/uploads/2019/09/Полярный-Урал-Кеммерих.pdf> (дата обращения: 27.05.2021).

6. Корнеев К. Фотоотдых. Водный поход по Заполярному Уралу / К.Корнеев. URL: <https://news.tut.by/otklik/311812.html> (дата обращения: 17.03.2020).
7. Леснов Е. Сколько стоит сходить в поход на неделю. URL:<https://journal.tinkoff.ru/life/hard-pohod/> (дата обращения: 17.03.2020).
8. Лозинский О. Горнолыжные курорты Мурманской области / О. Лозинский. URL: <https://touristam.com/murmansk-gornolyzhnyy-kurorty.html> (дата обращения: 27.05.2021).
9. Махова Н.С., Махов С.Ю. Особенности активного туризма на Кольском полуострове / Н.С. Махова, С.Ю. Махов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-aktivnogo-turizma-na-kolskom-poluostrove/viewer> (дата обращения: 24.04.2021).
10. Официальный сайт администрации городского округа «Воркута». URL: <http://воркута.рф/> (дата обращения: 27.05.2021).
11. Официальный сайт Правительства Мурманской области. URL: <https://gov-murman.ru/> (дата обращения: 27.05.2021).
12. О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года. URL: <http://government.ru/info/18360/> (дата обращения: 21.04.2021).
13. Севастьянов Д.В., Коростелев Е.М., Шитова Л.Ф. Полярный туризм в стратегии развития Арктической зоны РФ до 2020 г. / Д.В. Севастьянов, Е.М. Коростелев, Л.Ф. Шитова. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25914645&pf=1> (дата обращения: 20.04.2021).
14. Степанов А. По Полярному Уралу в августе 2019 / А.Степанов. URL: <https://www.marshruty.ru/travel/polyarniyural2019/> (дата обращения: 11.03.2020).
15. Туры на Кольский полуостров. URL: <https://youtravel.me/tours/region/murmanskaya Oblast> (дата обращения: 21.04.2021).
16. Федоров П.В. О появлении русского рубежа в Лапландии / П.В. Федоров. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-poyavlenii-russkogo-rubezha-v-laplandii-po-sledam-odnoy-diskussii/viewer> (дата обращения: 27.05.2021).
17. Физико-географический атлас мира. М.: Академия наук СССР и Главное управление геодезии и картографии ГГК СССР, 1964. С. 192–249 с.
18. Чибилёв А.А. Урал: природное разнообразие и Евро-Азиатская граница [Текст] / А.А. Чибилев. Екатеринбург: УрО РАН, 2011. 160 с.
19. Booking.com. URL: <https://www.booking.com/city/ru/vorkuta-ru.ru.html> (дата обращения: 27.05.2021).
20. Worldclim. URL: <https://worldclim.org/> (дата обращения: 28.05.2021).
21. You Travel. URL: <https://youtravel.me/> (дата обращения: 28.05.2021).

**А.И. Зырянов, В.А. Брюхова, Ю.В. Воронцова, Ю.А. Дружинина,
М.А. Мельников, В.Е. Мыльников, В.С. Останин, В.Е. Смирнов**

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 796.5

ЮСЬВИНСКИЙ РАЙОН ПЕРМСКОГО КРАЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Юсьвинский район не выделяется большими туристскими прибытиями, хотя его природные, культурно-исторические и социально-экономические ресурсы позволяют создавать интересные проекты в сфере туризма. Туристское проектирование может быть в виде планирования маршрутов, создания концепций объектов экскурсий и сервиса, проектирования туристских территорий и кластеров, организации поводов для событийного туризма и проектирования брендов. Богатые ресурсы района, его географические особенности, дают основу для разработки интересных реализуемых проектов в различных видах туризма и туристского сервиса.

Ключевые слова: *туристское проектирование, Пермский край, Коми-Пермяцкий округ, Юсьвинский район.*

**А.И. Zyrianov, V.A. Bryukhova, Yu.V. Vorontsova, Yu.A. Druzhinina,
М.А. Melnikov, V.E. Mylnikov, V.S. Ostanin, V.E. Smirnov**
Perm State University

YUSVINSKY DISTRICT OF PERM KRAI: DIRECTIONS OF TOURIST DESIGN

The Yusva municipal district is not distinguished by large tourist arrivals, although its natural, cultural, historical and socio-economic resources allow creating interesting projects in the field of tourism. Tourism design can be in the form of route planning, the creation of concepts for excursion and service facilities, the design of tourist areas and clusters, the organization of reasons for event tourism and the design of brands. The rich resources of the municipal district, its geographical features, provide the basis for the development of interesting ongoing projects in various types of tourism and tourist services.

Keywords: *tourist design, Perm region, Komi-Permian district, Yusva municipal district.*

Планирование развития туризма на той или иной территории предполагает учет многих факторов, среди которых географические предпосылки играют базовую роль. В связи с задачей поиска возможностей развития туризма

и предложения идеи сервисного проектирования в Юсьвинском районе Пермского края рассмотрим ключевые особенности этой территории. Обратим внимание на те географические характеристики, которые создадут преимущества местным

© Зырянов А.И., Брюхова В.А., Дружинина Ю.А., Воронцова Ю.В., Мельников М.А., Мыльников В.Е., Останин В.С., Смирнов В.Е., 2021

Зырянов Александр Иванович,
д. геогр. н., профессор заведующий кафедрой туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ПГНИУ);
ziryarov@psu.ru

Брюхова Валентина Александровна,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
valyabryuhova@mail.ru

Дружинина Юлия Алексеевна,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
casaddams@mail.ru

Воронцова Юлия Владиславовна
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
julia_kinder_1998@mail.ru

Мельников Михаил Алексеевич,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
swedish123@yandex.ru

Мыльников Владислав Евгеньевич,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
mylnikov.1998@inbox.ru

Останин Вячеслав Сергеевич,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
slava.ostanin.2016@mail.ru

Смирнов Владимир Евгеньевич,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
smive98@mail.ru

туристским объектам и программам. Статья является результатом семинарского обсуждения данного вопроса в группе магистрантов направления «Туризм» географического факультета Пермского университета.

Территория Кomi-Пермяцкого округа в целом, и Юсьвинский муниципалитет особенно, довольно мало описан в научной литературе в отношении туристских ресурсов. Ряд научных публикаций раскрывают направления развития туризма Гайнского района [1, 2, 4], природные и культурно-исторические туристские ресурсы Кочевского района [3].

Юсьвинский муниципальный округ по площади в 3 тыс кв. км относится к небольшим административным районам края. Его конфигурация вытянута широтно, а районный центр — село Юсьва — располагается в крайней западной части района, вблизи центра Кomi-Пермяцкого округа города Кудымкара. В связи с вытянутостью района, для него характерны большие расстояния внутри, так от села Юсьва до крайних пунктов на востоке около ста километров, а широтная автомобильная дорога является транспортной осью территории. Сейчас Юсьвинский район перешел в разряд муниципального округа, поэтому мы будем применять в статье эти территориальные понятия как синонимы.

Район расположен почти в геометрическом центре Пермского края и, при этом, его территория не транзитная, а транспортный «изолят», поскольку имеет только одно связующее с внешним миром дорожное направление — на запад в Кудымкар. Поэтому, из восточных поселений района до Перми путь в 300 км по автомобильной дороге в два раза превышает прямое расстояние.

Район находится в южной части Кomi-Пермяцкого округа, в плодородной долине Иньвы. Это сельская территория, где издавна выращивали зерно, лен, производили молоко. Иньва — один из крупных правых притоков Камы, образует широкую сельскохозяйственную долину. Юсьвинский район занимает среднюю и нижнюю части ее бассейна. Это историческое ядро коми-пермяцкого народа, и сейчас здесь более половины населения — коми-пермяки.

Эти низменные и холмистые сельско-лесные территории находятся в полосе южной тайги, удобной для земледелия, животноводства и лесного дела, поэтому руральные отрасли всегда были основой хозяйства населения. Сейчас к ним добавилась небольшая нефтедобыча. Поскольку район вытянут широтно, его можно условно разделить на три равные части: западная наиболее сельскохозяйственная с многочисленными селами и районным центром, средняя — наиболее лесистая с выделяющимся селом Купрос и восточная, примыкающая к Каме, где уже более полувека раскинулось Камское водохранилище.

Именно в районе впадения Иньвы рукотворное море наиболее широкое, до 27 км.

В восточной части района находятся ныне переведенные в категорию сел недавние поселки городского типа Майкор и Пожва. Это места с богатой заводской историей. Пожвинский доменно-передельный завод был основан в 1775 г. В 1822 г. возник Никитинский завод в Майкоре. В Отечественную войну 1812 г. в Пожве изготавливали ядра, бомбы, гранаты, картечь и дробь. Первые пароходы, появившиеся на Каме и Волге в 1817 г., построены на Пожвинском заводе. Первый русский паровоз для железной дороги из Петербурга в Царское Село также был построен на этом заводе.

Это бассейновый район, где система сельского расселения согласована с речной сетью. Большинство населенных пунктов находится в долине главной реки и ее основных притоков, а водоразделы служат границей района. Центральное село Юсьва располагается на реке Юсьва, не так далеко от ее впадения в Иньву. Юсьва в переводе с коми-пермяцкого — «лебединная вода», отсюда и лебедь на гербе района. Иньва — «божественная вода». Красивы речные берега, особенно у села Архангельское, деревень Крапилина, Сосновая, Дойкар.

Юсьвинский район в настоящее время значительно уступает многим другим территориям края по известности и посещаемости. Рассмотрим в этой связи возможные направления туристского проектирования. Начнем с планирования маршрутов и программ, затем перейдем к проектированию объектов инфраструктуры и сервиса и далее — к организации туристских событий.

Маршрутные проекты. Несмотря «центрально-тупиковое» расположение, Юсьвинский муниципальный округ, в целом, имеет хорошую транспортную доступность, особенно на макрорегиональном уровне. От административного центра Пермского края самые дальние прикамские поселения района удалены менее, чем на 300 км, время в пути составит не более 4 часов: с одной стороны, такое расстояние легко преодолевается (при раннем выезде, позднем отъезде), с другой — вынуждает многих оставаться на ночевку (табл. 1) Это выгодно в отношении развития средств размещения.

Уникальность районов Кomi-Пермяцкого округа, повышающийся интерес к нему со стороны жителей разных субъектов РФ, заставляет рассмотреть расположение Юсьвинского района относительно центральных городов регионов (табл. 2). Наиболее удален район от Сыктывкара и Екатеринбурга, однако расстояние около 600 км можно преодолеть на автотранспорте при желании посетить местные достопримечательности.

В Пермском крае выделяется несколько туристских кластеров, Юсьвинский муниципальный округ относят к туристскому кластеру

Таблица 1

Удаленность некоторых населенных пунктов Юсьвинского МО от г. Пермь

Населенный пункт	Расстояние от г. Пермь, км	Время в пути
Юсьва	210	3-3,5 ч
Майкор	270	3 ч 40 мин
Пожва	280	4 ч

Таблица 2

Удаленность п. Юсьва от центров соседних субъектов

Маршрут	Расстояние, км	Время в пути
Сыктывкар – Юсьва (через Гайны)	580	8 ч
Киров-Юсьва	440	6 ч 20 мин.
Ижевск-Юсьва	350	5 ч
Екатеринбург-Юсьва	570	7 ч 30 мин.

«Парма» (помимо него в кластер относят Кудымкарский, Юрлинский, Кочевский, Косинский, Гайнский районы). На этой территории исторически проживали коми-пермяки. В Коми-Пермяцком округе основной транспортной линией является меридиональная дорога Кудымкар – Гайны, а также широтная – Кудымкар – Юсьва – Пожва.

Таким образом, напрашивается географически логичный маршрут, нанизывающий большинство самых значительных населенных пунктов Коми-Пермяцкого округа по линии «Гайны – Кочево – Юрла – Кудымкар – Юсьва – Майкор – Пожва» (260 км) (рис. 1).

Этот маршрут, как своеобразная «народная тропа» должен быть хоть один раз преодолен всеми жителями Коми-Пермяцкого округа, как все жители России должны проехать по Транссибирской магистрали. Маршрут может быть увеличен и начинаться в Республике Коми, в Сыктывкаре, тогда его протяженность составит 655 км.

На этом маршруте туристы познакомятся с основными достопримечательностями населенных пунктов, культурой и обычаями коми-пермяков. Придорожная инфраструктура также должна иметь элементы культуры коми-пермяков (орнаменты, звериный стиль, кухня, сувенирные лавки). При помощи такого приема туристы будут погружены в культуру коми-пермяков на протяжении всего маршрута, что и создает атмосферу преодоления «народной» тропы, а не ощущение переезда до следующей точки назначения. В настоящее время придорожный сервис на этой территории развит слабо.

Маршрут может быть проложен с радиальным заездом в село Коса по существующей

дороге. При этом путь пройдет через все районные центры округа. Однако наиболее интересны линейный и кольцевой пути, их организацию затрудняет состояние дорог для обычного автотранспорта.

Территория имеет весомый потенциал экскурсионного туризма, основные направления его развития показаны на рис 2.

С первым направлением тесно связана организация «народной» тропы, представленной ранее. Помимо этого, могут быть организованы автобусные экскурсионные туры только по Юсьвинскому муниципальному округу, например, маршрут «Заводы + Страна Вису» (рис. 3).

Краткая программа маршрута может быть такой:

- 1 день:
 - Дорога «Пермь – Пожва»
 - Питание в Пожве
 - Осмотр достопримечательностей Пожвы
 - Ночевка в Пожве
- 2 день
 - Завтрак в Пожве
 - Дорога «Пожва-Майкор» (17 км), обзорная экскурсия про Майкорский (Никитинский) металлургический завод.
 - Посещение этнопарка «Страна Вису»
 - Обед в кафе (на выезде из Майкора)
 - Дорога «Майкор – Пермь»

В Пожве следует расположить модели-реконструкции первых пароходов, произведенных на заводе. Необходимо создание средств размещения с пунктами питания в Пожве. Во-первых, такое сервисное предприятие будет востребовано у туристов, преодолевающих описанный ранее Большой коми-пермяцкий маршрут. Во-вторых, при организации предложенного автобусного тура запланированы ночевка и четыре приема пищи в Пожве.

Майкор представляет собой транзитный пункт, поэтому необходимо организовать пункт питания при выезде/въезде в поселок. Средства размещения и другие пункты питания необходимо располагать на берегу, так как эти места наиболее вдохновляющие с прекрасными перспективами. Помимо этого, ранее существовала пристань. При обновлении пристани необходимо наладить водное сообщение из прикамских городов и поселков для туристов в Майкор. Появится возможность организации досуга (прогулки на лодках, катамаранах и пр.) (рис. 4).

Другой экскурсионный маршрут (рис. 5) включает в себя посещение храмов Юсьвинского района. В него включены следующие объекты: Церковь Архангела Михаила (Архангельское), Церковь Покрова Пресвятой Богородицы (Юсьва), Церковь Рождества Христова (Антипино), Церковь Николая Чудотворца (Купрос), Церковь Богоявления Господня (Майкор), Церковь Троицы



Рис. 1. Экскурсионные маршруты «Гайны – Пожва», «Сыктывкар – Пожва»; возможные экскурсионные маршруты при улучшении дорожной сети (через с. Коса)

Живоначальной (Пожва). Помимо этого, первый пункт — Церковь Архангела Михаила — будет интересен и тем, что в её ограде покоятся священный камень «Ен Из», по поверьям исцеляющий от болезней и, в частности, от бесплодия. Протяженность пешего маршрута составляет 87 км, автомобильного — 90 км. Намеченный маршрут историко-культурного и религиозного направления может быть автобусным, автомобильным, велосипедным и даже пешеходным.

поселка необходимо организовать порт, где будут располагаться несколько «речных трамваев», которые смогут загрузить 2–3 туристских группы за один раз. Также необходимо создание охраняемой парковки для туристских автобусов и автомобилей самостоятельных туристов.

Далее туристы отправляются в небольшой круиз, который будет заканчиваться на территории поселка Пожва. В рамках круиза туристы смогут не только полюбоваться красивыми видами, открывающимися с бортов судов, но и прослушать специально подготовленную экскурсионную программу.

Для того, чтобы привлечь туристов на территорию, не располагающую должной инфраструктурой, необходимо использовать весь ее культурно-исторический потенциал. С этой точки зрения Юсьвинский район может подготовить экскурсионную программу, которая расскажет о временах освоения территории, упомянет вклад этих мест в развитии советской промышленности, опишет все природные и культурные достопримечательности (рис. 6).

Круиз будет заканчиваться в поселке Пожва, где также необходимо организовать порт с причалом. Чтобы задержать туристов на ночь, необходима организация коллективных средств размещения в поселке Пожва. Также стоит обратить внимание на то, что большая часть населения Юсьвинского района принадлежит к национальности коми-пермяков, чьи культурные традиции очень интересны в современном формате, а все более популярная коми-пермяцкая кухня не оставит равнодушным ни одного

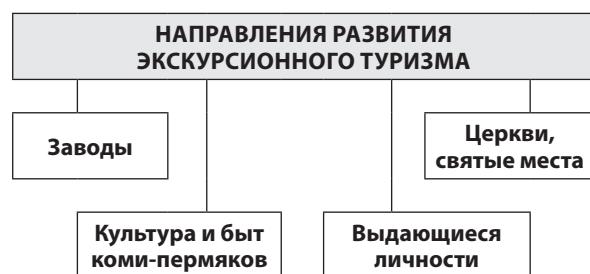


Рис. 2. Направления развития экскурсионного туризма в Юсьвинском районе

Для развития разнообразной индустрии туризма предлагается проект, связанный с организацией водных маршрутов в границах поселков Майкор и Пожва. Оба поселка обладают приемлемой транспортной доступностью (есть возможность добраться на автомобиле по хорошей дороге без особых трудностей). Майкор и Пожва имеют выход к Каме, что логично использовать для организации разнообразных водных маршрутов. Территория поселка Майкор должна стать стартовой точкой. На береговой линии

ЗАВОДЫ + Страна Вису: Юсьвинский район — место контрастов (2 дня / 1 ночь)

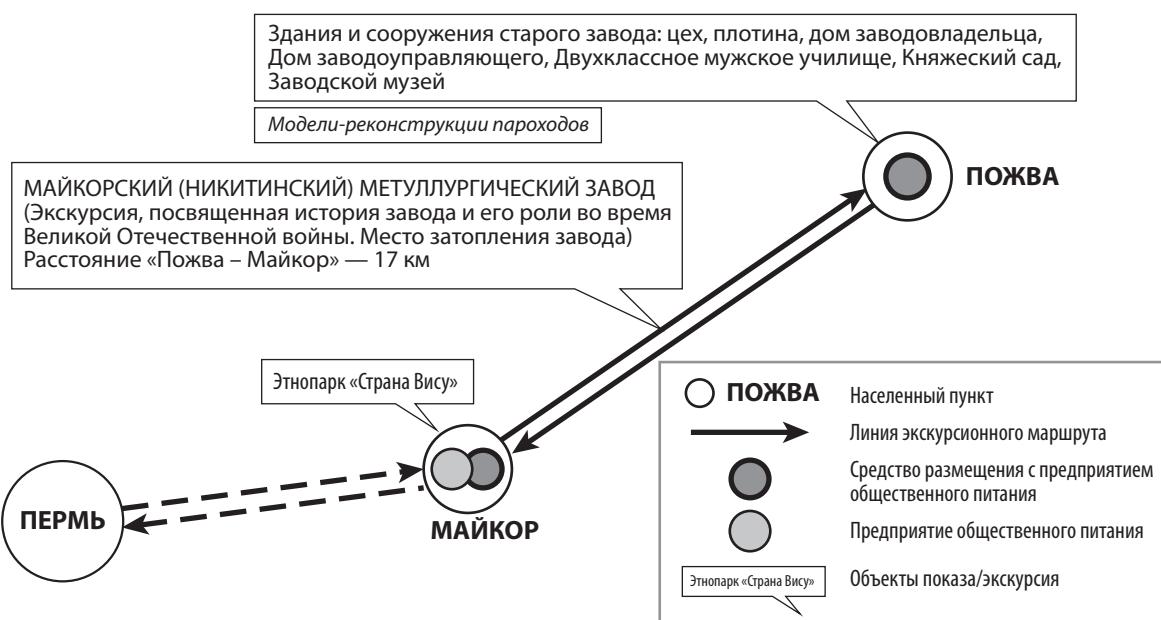


Рис. 3. Экскурсионный маршрут «Пожва – Майкор»

туриста. Открытие кафе коми-пермяцкой кухни при небольшой гостинице в Пожве способствует туристской привлекательности территории.

Логичным продолжением, представленного проекта, станет экскурсионная программа следующего дня, которая ознакомит туристские группы с культурно-историческими и природными достопримечательностями, позволит осмотреть их внимательно, даст возможность сделать фото, несомненно оставит положительные впечатления. Далее туристы вернутся на парковку в Майкоре и отправятся домой.

Согласно другому водному маршруту «Пермь – Пожва – Кудымкар – Березники», Пожва может стать причалом для круизных судов, следующих из г. Пермь в г. Березники (рис. 9). Таким образом, туристам могут быть предложены два варианта времяпрепровождения на период стоянки в населенном пункте: пешеходная экскурсионная программа по п. Пожва с выездом в г. Кудымкар или «зеленная» стоянка с рыбалкой и спортивными развлечениями на берегу.

Реки Юсьвинского района, несмотря на равнинный характер, интересны для водного спортивного туризма. Ежегодно по рекам района Иньве и Юсьве сплавляются путешественники, о реках рассказывают туристские путеводители.

Юсьвинские леса также богаты грибами и ягодами. 29 ягодных и плодовых растений, 8 видов имеют промысловое значение (малина, черная и красная смородина, клюква, рябина, брусника, черемуха) почти 100 видов грибов и все это является настоящим богатством Юсьвинского района.

Одним из новых предложений может быть маршрут «Кольцо Пармы» в виде кольцевого тура

с полным охватом основных туристских достопримечательностей Пермского края. При этом можно выделить два маршрутных кольца. Маршрут Большого кольца пролегает через пять из семи туристско-рекреационных кластеров (ТРК) Пермского края: «Соль Камская», «Парма», «Горнозаводский Урал», «Среднекамье» и «Предуралье» (рис. 7). Маршрут Малого кольца исключает только ТРК «Предуралье» в который входит город Кунгур и Лысьвинский район, входящий в ТРК «Горнозаводский Урал».

Идея маршрута заключается в общем знакомстве с нашим краем, куда включается и Юсьвинский район. Экскурсанты познакомятся с промышленной славой Пермского края, с его уникальными природными ландшафтами, самобытной культурой коми-пермяцкого народа. Маршрут начинается и заканчивается в Перми, что очень удобно для туристской пропускной способности.

Пермь является крупнейшим транспортным узлом региона. В городе имеется автовокзал, железнодорожный вокзал, обслуживающий рейсы Московского, Сибирского и Горнозаводского направления. В Перми также находится международный аэропорт Большое Савино. Из аэропорта выполняются регулярные круглогодичные рейсы из Санкт-Петербурга, Москвы, Екатеринбурга, Праги, Баку, Душанбе, Худжанда. В период навигации осуществляются речные круизы по связанной речной системе Европейской России.

В программу маршрута «Кольцо Пармы» в качестве отправной точки можно включить обзорную экскурсию по Перми, посещение исторического ядра города (Разгуляй, ул. Ленина,

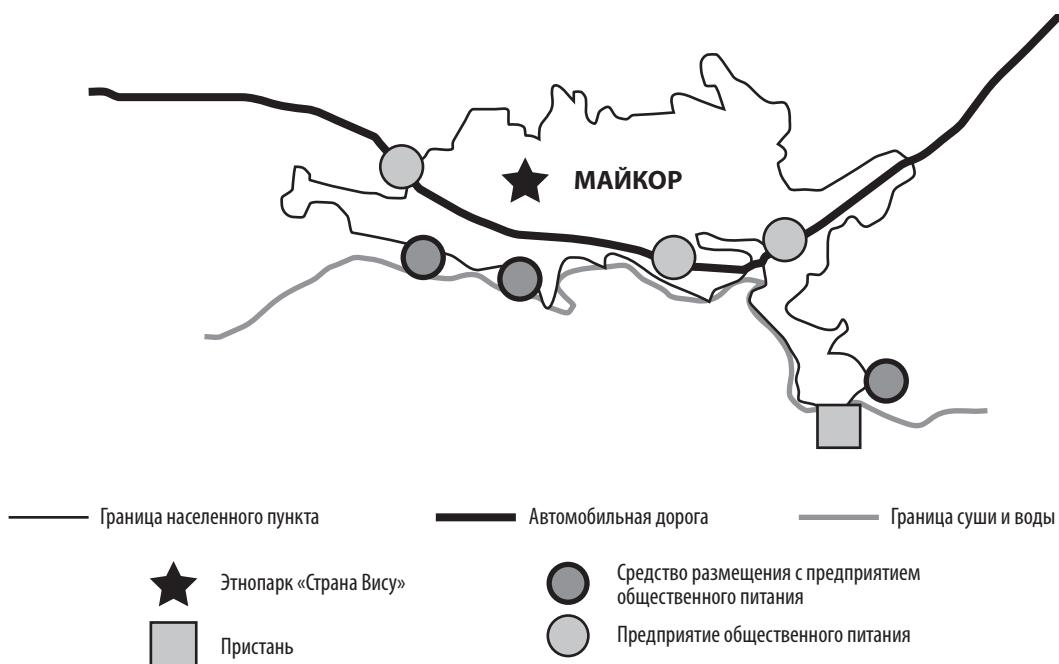


Рис. 4. Туристское развитие Майкора

Комсомольский проспект, ул. Пермская, ул. Монастырская, ул. 1905 года, ул. Славянова, ул. Чкалова), посещение крупных инфраструктурных объектов, таких, как Камская ГЭС, Коммунальный мост и другие. В этой точке маршрута экскурсанты знакомятся с городом и формируют общее представление об истории региона в целом.

Далее маршрут предполагает двигаться сторону ТРК «Предуралье». Его ядром является город Кунгур с прилегающими территориями. Это главный транспортный узел туристского района. Здесь располагаются Кунгурская ледяная пещера — туристский объект международного уровня известности, объекты архитектурного наследия, несколько музеев, существует производство самобытных сувениров. Регулярно проводятся привлекательные для гостей событийные мероприятия. Это зона историко-культурного, событийного, экскурсионного, делового и научного туризма. В программу маршрута можно включить посещение Кунгурской пещеры и исторической части города Кунгур. Здесь развивается тема купечества на Урале.

Далее маршрут связан с ТРК «Горнозаводский Урал». Тема промышленной славы региона раскрывается посреди живописной природы. На маршруте планируется посещение таких туристских центров района, как Лысьва (музей Лысьвенского металлургического завода), Чусовой (ЧМЗ, Парк реки Чусовой, Таксманаиха), Усьва (река Усьва, Усьвинские столбы, Каменный город), Губаха (река Косьва, гора Крестовая, Верхняя Губаха,) Кизел (шахтерская история), Александровск (Голубые озера), Всеволодо-Вильва (Дом Пастернака). Ночевка возможна в любом из обозначенных населенных пунктов.

Затем маршрут следует в ТРК «Соль Камская». В туристской системе этой территории выделяются следующие туристские центры — древние города Соликамск, Усолье и современный Березники. Большое «Кольцо Пармы» предусматривает посещение вышеназванных городов, причем посещение Березников рассматривается в связке с Соликамском и Усольем. Они являются историческим ядром, а Березники — ядро промышленного туризма. Здесь раскрывается тема присоединения Урала к Москве и развития калийной промышленности.

Далее маршрут пересекает ТРК «Парма» — центр коми-пермяцкой культуры и этнографического туризма. Основными центрами на маршруте представлены поселки Пожва, Майкор, Купрос, Юсьва и город Кудымкар. В программу маршрута входит посещение вышеназванных городов.

Далее маршрут пересекает ТРК «Среднекамье», в который входит также и Пермь. Это последняя остановка на маршруте. В программу предусмотрено посещение Краснокамска — города-спутника Перми. Планируется обзорная экскурсия по городу Краснокамску и прогулка по городской набережной. Здесь раскрывается тема Пермской агломерации. После завершения экскурсии туристы едут в Пермь и маршрут заканчивается.

Проекты инфраструктурные

Вернемся к топологическим предпосылкам, поскольку это важно для инфраструктурных проектов. Юсьвинский район является относительно отдаленным районом. Через территорию района проходит одна единственная

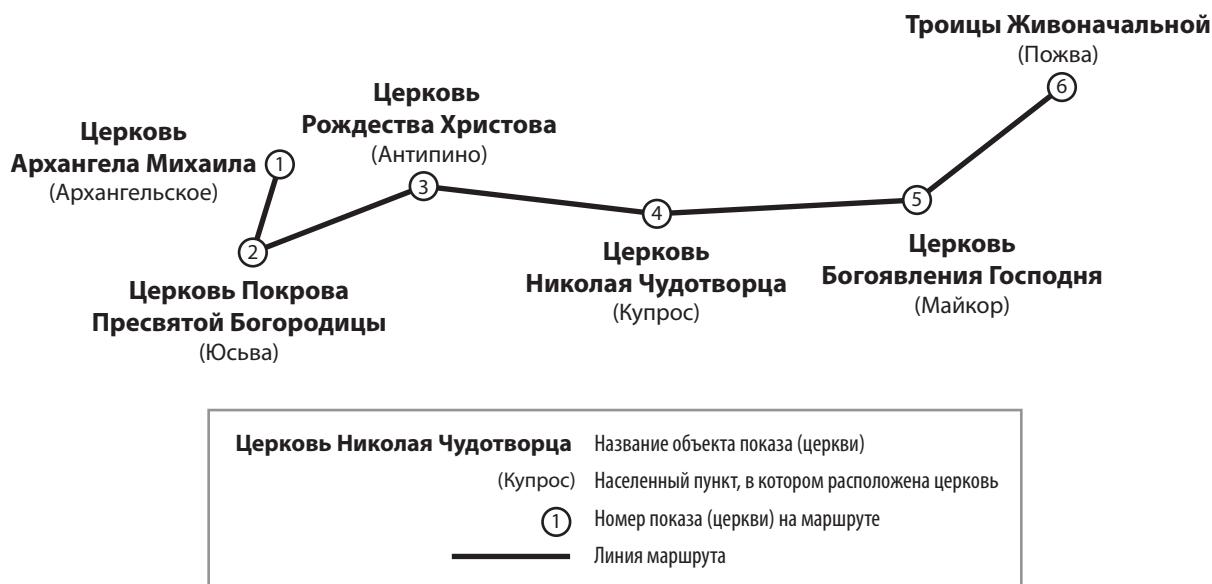


Рис. 5. Маршрут «Природа и храмы Иньвенского края»

дорога, Кудымкар – Березники последние километры которой не имеют асфальтового покрытия, а по заверениям местных жителей в межсезонье порядка 20–30 км этой дороги затапливает и передвижение по ней для легковых автомобилей становится невозможным. Юсьвинский район достаточно обводненный район с более чем 30 реками, а вся восточная часть района расположена на берегу Камского водохранилища. Север представляет собой болотистые участки и освоен в меньшей степени нежели, чем южная и восточная части района. Среди крупных предприятий функционирующий на территории района можно выделить представителей сельского хозяйства и животноводства в основном, представленного производителями молочной продукции.

Основное сосредоточение туристских ресурсов наблюдается в западной части района, об этом и говорят турпотоки, которые в основном заканчиваются посещением п. Юсьвы и п. Архангельского. Зачастую эти посещения осуществляется в рамках туристской поездки в Кудымкар. Для развития туризма в районе необходимо «протянуть» туристический поток восточнее, в район Майкора и далее на север. Для этого предлагаем рассмотреть следующие ресурсы.

В верхнем течении Камы и заливе реки Иньвы много рыбы, схожие условия для жизни рыбы находятся в верхнем течении Вишеры в ее заливных лугах, куда каждый год приезжают рыбаки с Пермского края и соседних регионов. При таких богатых рыбных ресурсах на территории существует всего один рыболовный дом, о функционировании которого можно только догадываться, ибо последние упоминания о нем датируются 2017 годом. Району необходимо наличие рыболовной базы с хорошим уровнем сервиса который

сможет привлечь рыбаков и обеспечить их возможностью доставки до мест рыбалки, проживания, питания и развлечения.

Юсьвинский район гордится своей историей и коми-пермяцкой культурой. Функционирует два дома культуры коми-пермяков, один музей и один этно-парк под открытым небом «Страна Вису». Этнопарк «Страна Вису» потенциально может стать ярким и популярным туристским объектом, его уникальное географическое положение и вписанность в красивый ландшафт залива Иньвы уже привлекает сотни людей. Объектов в этнопарке немного, всего 4 постройки в разной степени, соответствующие оригиналам, и это главная проблема этнопарка. Парку необходимы финансовые средства для масштабирования и соблюдения аутентичности, традиционных технологий. Этническая тема с каждым годом становится все популярнее в разных регионах страны и мира.

Ландшафты района, красота речных долин и берегов позволяют создавать экологические тропы и ожидать интерес к экологическим туристским маршрутам и экскурсиям. Экологическая тропа дает возможность познакомиться с хвойным лесом в Усть-Пожве и уникальным лиловым лесом в верховьях реки Нень. Лес в Юсьвинском районе является настоящим богатством. На территории района обитают редкие и исчезающие виды птиц и животных, занесенных в Красную книгу Пермского края. Следуя по экологической тропе, туристы смогут познакомиться с интересным памятником природы — Оньковскими болотами.

Необходимо создать туристский информационный центр (ТИЦ) в поселке Юсьва, а возможно в Майкоре и Пожве. В ТИЦ туристы смогут получить подробную информацию



Рис. 6. Водный маршрут «Майкор – Пожва»

о достопримечательностях, туристских маршрутах и программах. Также необходимо отремонтировать плохо проходимые дороги, так как добраться до некоторых достопримечательностей очень проблематично.

Проектирование туристских территорий

Развитие туризма в Юсьвинском районе подразумевает развитие туристского кластера «Юсьва» муниципального масштаба. Можно выделить разные иерархические уровни элементов Юсьвинского туристского кластера.

Первый уровень — туристский комплекс. В нашем случае, это поселки Пожва и Майкор, как исторические центры промышленности. Они являются туристскими доминантами района. Их расположение на берегу Камского моря позволяют создавать новые виды туризма. К тому же они могут принимать транзитные потоки из Кудымкара и Березников в перспективе. На их территории имеется возможность создания туристских комплексов.

Второй уровень — кустовой — уровень туристской базы или специализированного придорожного комплекса, обслуживающего транзитные потоки. Здесь предусматривается экскурсионное обслуживание без ночевки. Купрос расположен на автотрассе Березники-Кудымкар и имеет все шансы на создание предприятия придорожного обслуживания. Юсьва, в силу своего центрального положения, может также претендовать на создание на территории поселка Юсьва центров придорожного обслуживания.

Туристский приют — обслуживание туристов на активных маршрутах — не предполагает создание крупных туристских комплексов ввиду слабого развития инфраструктуры и удаленности от главной автодороги района. Здесь вполне можно обустраивать туристские базы выходного дня, либо организация площадок для проведения различных событийных мероприятий. Туристские приюты возможны в селах Архангельское и Коммуна. Это места коми-пермяцкой

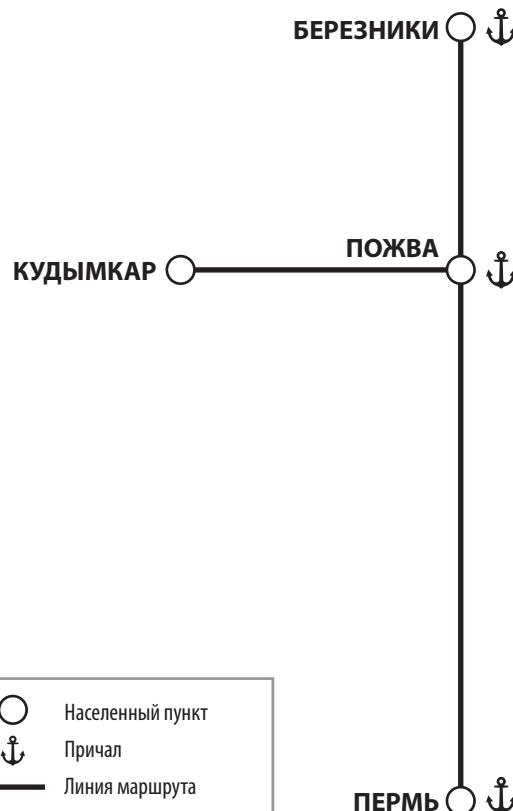


Рис. 7. Водный маршрут «Пермь-Пожва-Березники» с экскурсией в Кудымкар

культуры, которая передается жителями из поколения в поколение.

Иерархия туристских предприятий в муниципальном кластере может быть следующая. Первый уровень — районный центр — село Юсьва, второй уровень — туристские центры — Майкор и Пожва, третий уровень — например, в селе Купрос, четвертый уровень — туристский кордон, например, в д. Коммуна и Архангельское (рис. 8).

Проектирование бренда. Туристской проблемой Юсьвинского района является отсутствие яркого бренда, который смог бы продвигать район на уровне Пермского края, соседних регионов и России. Вариантов повышения интереса к району может быть несколько. Это и первый в России пароход, и коми-пермяцкая культура, и церкви, но бренд должен продаваться и распространяться совсем по другому принципу. Мы предлагаем создать бренд в яркой модной стилистике, построенный на сборе дикоросов которых за счет крупных заболоченных участков в районе может собираться масса. Тема дикоросов в целом набирает популярность последние несколько лет, люди обращают внимание на то, как питались их предки и вводят в свой рацион дикорастущие растения богатые витаминами больше чем их современные аналоги, выращенные в поле. Примером создания яркого бренда может являться аккаунт



Рис. 8. Маршрут «Большое Кольцо Пармы»

в инстаграм If.Herbalist с более чем 30-тысячной аудиторией набранной за полгода. Аккаунт полностью посвящен дикоросам и его ведущая занимается продажей чайных сборов, смузи, каш и другого по всей России.

Проекты событийные. Природа Юсьвинского района дает возможность организации увлекательных туристских событий. Водоемы Юсьвинского района привлекательны для любителей рыбной ловли. Самые распространенные виды рыб — сорога, окунь, щука, судак, жерех, лещ и ерш [7].

Рыболовство — древнейшее занятие коми-пермяков и русских, живущих в данной местности, а рыба была весьма популярной и любимой пищей. Не зря главный пирог у коми-пермяков — черинянь — подается по торжественным дням. Заниматься рыбалкой в Юсьвинском районе лучше всего на реках Юсьва, Иньва, Пожва и Велва. Эти реки позволяют не только рыбачить, но и отдохнуть вблизи них. Рекой с наибольшим изобилием рыб считается Иньва.

В Иньве обитают лещ, судак, чехонь, карп, сазан, окунь, ерш, щука, налим, плотва, пескарь и другие. Живописна не только сама река, а также и четыре озера-старицы, которые находятся в черте села Архангельское. Два озера на левом берегу и два на правом берегу. Связь их с рекой осуществляется только весной во время половодья и во время обильных ливневых дождей летом. В реке большое количество водоворотов, из-за смешивания воды и водится особенно много рыбы. Рыбаки говорят, что на Иньве самый хороший улов, поэтому ценителей рыбной ловли

здесь всегда очень много, в особенности в зимний период.

Река Иньва очень извилиста, представляет собой множество затонов и заливчиков, где можно с успехом ловить различную рыбу. Зимой и весной в устье Иньвы, возле поселка Майкор, на подледный лов собирается до тысячи рыбаков. Кто-то подсчитал, что за день в это время вылавливается до 5 тонн рыбы. Среди иньвенской рыбы сорога, окунь, щука, судак, жерех, лещ, подлещик, ерш. Рыбу ловят не только на Иньве, но и на Велве и других иньвенских притоках [7].

В реке Пожва водятся щука, окунь, плотва, карась серебряный, ерш, лещ, судак, елец, налим, пескарь, язь, уклейка, чебак, жерех, сом, голавль, таймень, хариус, верховка, белоглазка, густера, осетр, щиповка [5].

В связи с тем, что в Юсьвинском районе существует рыболовный туризм, есть смысл в проведении событийного мероприятия, связанного с рыбной ловлей. Событийный туризм — это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным событиям или мероприятиям. Поводом для туристических поездок могут быть самые разнообразные события [6].

Событийное мероприятие можно проводить два раза в год: летом (в день рыбака) и зимой. На мероприятии можно выловленную рыбу готовить при гостях во временных кафешках (недалеко от рек), также в этих кафе продавать коми-пермяцкое блюдо — рыбный пирог черинянь. Можно устроить выставку-продажу товаров и услуг для рыболовства. На выставке

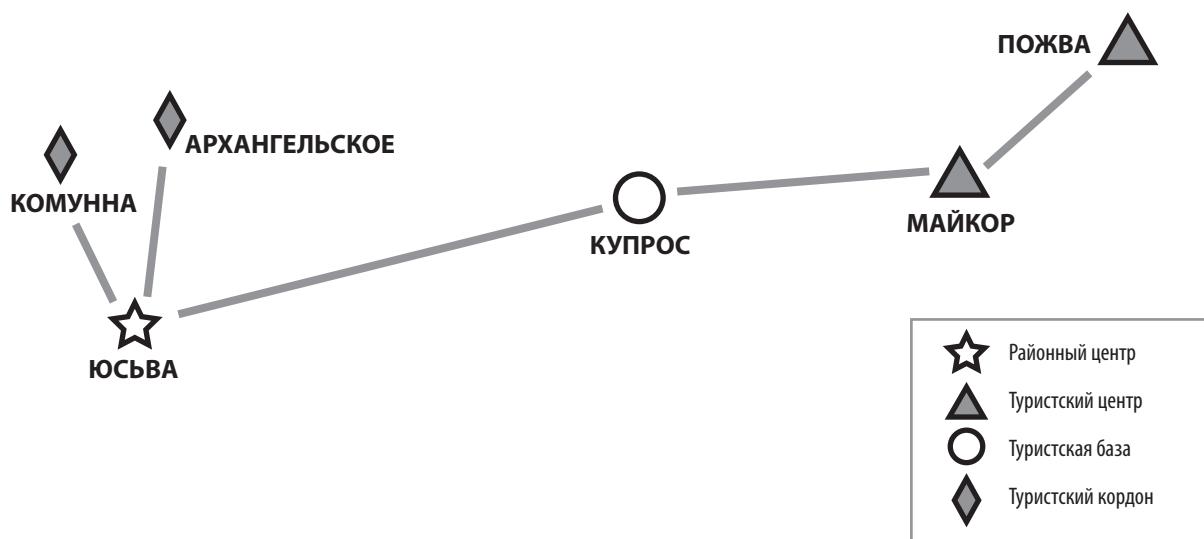


Рис. 9. Проект туристского кластера «Юсьва»

можно заниматься не только продажей товаров, но и проводить различные мастер-классы, консультации, дружеские встречи и розыгрыши для рыболовов.

Данное событие может стать ярким событием не только в Юсьвинском районе, но и в целом в Пермском крае, поскольку в регионе такого рода мероприятий проводится очень мало. Данное событие способно стать одной из визитных карточек Юсьвинского района.

Также на территории Юсьвинского района проходит событийное мероприятие, этнической направленности — ежегодный праздник урожая «Зажинки», на который приезжают гости со всего Пермского края. В этот день местное население празднует сбор урожая. Люди устраивают различные гулянья собираются в хоровод, поют народные песни. Фольклорные ансамбли «Стариковские самородки» и «Полянок» никого не оставят равнодушными. Посетив Юсьвинский район можно попробовать национальные блюда — кулики и пироги с пистиками и снытью, а также связать коми-пермяцкий женский головной убор — Шамшуру, или мужской пояс — кушак, который по поверьям оберегает от людского глаза, от всевозможных злых духов.

Культура коми-пермяцкого народа в большей своей части состоит из мифологических верований и легенд, что может быть так же учтено при проектировании событийного мероприятия. Согласно преданиям, на этих землях проживали богатыри, чудь (по значению близка к европейским эльфам и гномам), лешие, ворсса, икотка

и другие. Местные жители говорят, что они существуют и по настоящее время.

Таким образом в Юсьвинском районе возможно эффективное развитие целого спектра видов туризма: историко-культурный, этнографический, гастрономический, событийный, сельский, религиозный, экологический, автомобильный, речные круизы, речные сплавы, промысловая рекреация и еще многие другие связанные как с природными, так культурными особенностями территории. Многочисленные ресурсы района предоставляют широкую основу для творчества в туристском проектировании.

Библиографический список:

1. Зырянов А.И., Мышильяцева С.Э. Создание туристского кластера Гайнского района // Туристский потенциал Гайнского района. — Пермь, 2009. — С. 71–98.
2. Зырянов А.И., Мышильяцева С.Э. Технология развития туризма в новом районе // «Региональные исследования» № 4 (34), 2011, с. 49–56.
3. Микитюк К.В. Пешеходные и велосипедные маршруты, как фактор развития туризма в Коми-Пермяцком округе Пермского края / География и туризм, №1, 2019, с. 168–171.
4. Николаев Ю.К. Древняя земля Кочевская. Научно-популярное издание. — Пермь, 2011, 429 с.
5. Реки – Озера. URL: <http://reki-ozera.ru/> (дата обращения: 31.03.2021).
6. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие / С.В. Донских. Минск: РИПО, 2014. — С. 12.
7. Юсьва. Путеводитель. — Санкт-Петербург: Издательство «Маматов», 2011. — 72 с.

Е.О. Безматерных, О.И. Кадебская

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 796.5

ОРГАНИЗАЦИЯ ГЕОТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ПУТЁМ СОЗДАНИЯ ГЕОПАРКА «СЫЛВЕНСКИЙ»

Геотуризм — новая ниша туризма, развивающаяся благодаря глобальной сети геопарков. Создание геопарков и развитие геотуризма генерирует потребность в новых рабочих местах, новые виды экономической деятельности и дополнительные источники дохода, что необходимо для социально-экономического развития сельских районов. На территории Кунгурского муниципального округа находится достаточно много природного, культурного, духовного и нематериального наследия, а также видов животных и растений, занесенных в Красную книгу Пермского края. Для сохранения всего разнообразия ООПТ и объектов наследия предложено создать геологический парк, как объект культурного и геолого-исторического наследия. В рамках исследования создана и наполняется база геоданных, включающая информацию о карстовых ландшафтах на территории Пермского края, а также предложена маршрутная сеть проектируемого геопарка, составленная по материалам базы геоданных «Геопарк «Сылвенский», сформированная в процессе работы.

Ключевые слова: Карст, ООПТ, Геопарк, Кунгурский муниципальный округ, Пермский край.

E.O. Bezmaternykh, O.I. Kadebskaya

Perm State University

ORGANIZATION OF GEOTURISTIC AREA BY CREATING THE GEOPARK SYLvensky

Geotourism is a new tourism niche that is growing thanks to the global network of Geoparks. The creation of Geoparks and development of geotourism generates need for new jobs, new economic activities and additional sources of income, which is necessary for socio-economic development of rural areas. On the territory of the Kungur region there is a lot of natural, cultural, spiritual and intangible heritage, as well as species of animals and plants listed in the Red Book of Perm Territory. To preserve the entire diversity of protected areas and heritage sites, it was proposed to create a geological park as an object of cultural and geological and historical heritage. As part of the study, a geodatabase has been created and is being filled in, including information on karst formations in the Perm Territory, and a route network of the projected geopark is proposed, which was compiled based on the materials of the Geopark "Sylvensky" geodatabase, formed in the process.

Keywords: SPNA, Geopark, Kungur Municipal District, Perm region.

Введение. Сульфатные породы — гипсы и ангидриты — распространенные на 23 тыс. км² (15 %) территории Пермского края во многом определяют своеобразие его природных условий,

прежде всего, за счет развития карстовых процессов, обусловливающих большое разнообразие поверхностных и подземных форм и присущих им ландшафтов.

На территории Пермского края по классификации К.А. Горбуновой [2] выделено 10 карстовых районов (в рамках исследования выделен 11-й район — Лысвенский) (рис. 1). Нижнесылвенский является карстовым районом с наибольшими показателями плотности распределения объектов карста среди выделенных в Пермском крае: 11 ООПТ (1 предлагаемая, 9 существующих), 67 гипсовых отложений (53 проявлений, 14 месторождений), 86 пещер (9 карбонатных, 77 сульфатных).

© Безматерных Е.О., Кадебская О.И., 2021

Безматерных Егор Олегович,
магистрант кафедры физической географии и ландшафтной экологии, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
egorbezmaternykh@gmail.com

Кадебская Ольга Ивановна,
д.геогр.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет, заведующая Кунгурской лабораторией-стационаром Горного института УрО РАН;
icecave@bk.ru

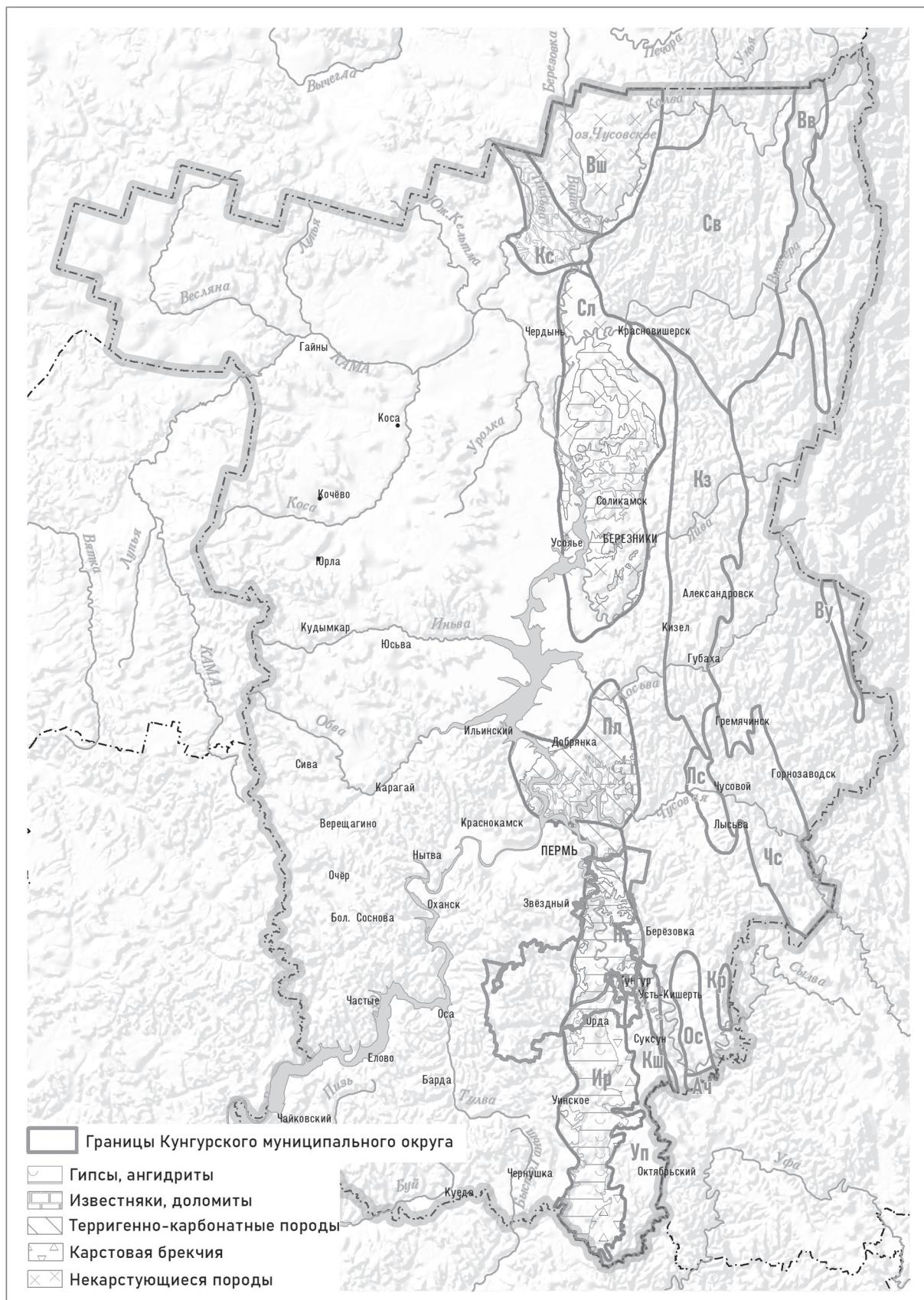


Рис. 1. Карта-схема карстующихся пород и сульфатного карста

Прим. Карстовые районы: Кс – Ксенофонтовский, Вш – Вишерский, Св – Средневишиерский, Вв – Верхневишиерский, Сл – Соликамский, Кз – Кизеловский, Ву – Верхнеусынинский, Пл – Полазненский, Лс – Лысьвенский, Чс – Чусовской, Нс – Нижнесылвинский, Уп – Уфимского плато, Кш – Кишерсткий, Ос – Осинцевский, Ач – Ачитский, Кр – Кордонский, Ир – Иренский.

На территории Кунгурского муниципального округа находится достаточно много геологических, гидрогеологических, гидрологических, природного, культурного, духовного и нематериального наследия территории, а также видов животных и растений, занесенных в Красную книгу Пермского края [4]. Также в долине рек Иренъ, Сылва (и ее левого притока р. Бабка), находятся 11 ООПТ (9 существующих, 2 предлагаемых), 102 пещеры и 68 месторождений гипса (4 из них промышленного характера) — что является наибольшими показателями плотности распределения карстовых объектов в пределах карстового района среди выделенных в Пермском крае.

Для обеспечения повышенного внимания к пользованию уникальной природной составляющей нашего края, в частности, в пределах Кунгурского муниципального округа необходима организация пространства, которое влечет за собой сохранение природного и культурного ландшафтов. Создание геопарков и развитие геотуризма генерирует потребность в новых рабочих местах, новые виды экономической деятельности и дополнительные источники дохода, что необходимо для социально-экономического развития сельских районов.

Глобальные геопарки ЮНЕСКО обязаны развиваться, чтобы способствовать экономическому развитию всей территории, защищая только фактическое объекты наследия, а не всю прилежащую территорию.

Сегодня существует 169 глобальных геопарков ЮНЕСКО в 44 странах [1] (лидер по количеству — Китай). На официальном ресурсе доступна веб-страница каждого глобального геопарка с подробной информацией [8].

Геотуризм — новая ниша туризма, активно развивающаяся в созданной глобальной сети геопарков. Геопарк — это обозначенная большая (до нескольких тысяч километров) территория, населенная людьми, которая включает в себя физический ландшафт с геологическим наследием международного значения, культурным и природным наследием.

Геопарк преследует три равные по значимости цели: сохранение геологического наследия территории, популяризация геологических и экологических знаний в различных кругах населения и достижение устойчивого развития территории [3].

Вхождение в глобальную сеть геопарков ЮНЕСКО даст известность на мировом уровне, причем не только геопарка, но и Пермского края в целом [7]. На деле это будет выражаться в привлечении все новых туристов, а значит и экономическом развитии региона. Тем самым нужно понимать, что эта территория

позволяет в дальнейшем сформировать у человека особое отношение к объектам территории, в первую очередь у местных — это должно восприниматься не только как туристический кластер и место притяжения международных организаций, но и собственное экономическое и социальное благополучие. Местное население, проживающее в непосредственной близости к таким местам, имеющим мировое значение, способно повысить свое качество жизни.

Необходимо отметить, что каждая группа населения имеет свою мотивацию к посещению геопарка и различный уровень требований к инфраструктуре и качеству обслуживания на его территории. Так, например профессиональные геологи и студенты могут проводить на территории геопарка несколько дней для изучения горных пород, руд или палеонтологических остатков, составления монографических описаний геологических памятников. Для школьников и студентов являются важными такие факторы, как возможность свободно перемещаться по парку, иметь прямой контакт с естественной природой, наличие интерактивной составляющей в экскурсии, возможность занять чем-либо свободное после экскурсии время.

Важен и тот факт, что деятельность геопарков в значительной степени самодостаточна по экономическим соображениям: она строится на развитии внутреннего туризма, народных промыслов коренного населения, развитии научной деятельности, культурны в целом и т.д.

К примеру, независимо от того, разрабатываете ли вы сельскохозяйственную продукцию под знаком геопарка ЮНЕСКО или инвестируете в научную работу, или частные структуры будут использовать эту возможность, чтобы в целом помочь правительству разработать конкурентоспособный план глобальных геопарков ЮНЕСКО на национальном уровне РФ.

Основные преимущества можно свести к следующему краткому перечню [6]:

- Повышение престижа территорий и управляющих ими учреждений.
- Популяризация включенных в Список объектов.
- Приоритетность в привлечении финансовых средств для поддержки объектов Всемирного наследия.
- Развитие альтернативного природопользования (экологического туризма, традиционных промыслов и т.п.).
- Дополнительные гарантии сохранности и целостности уникальных природных комплексов.
- Организация мониторинга и контроля за состоянием сохранности природных объектов.

Картапроект и рулемого геопарка "Сылвенский"



Рис. 2. Туристическая маршрутическая схема сел «Сылвенский» (Оригинал: https://drive.google.com/file/d/1Lfs1owwVn3gmZ_4A-Uc8XKGfTbmgG9/view?usp=sharing)

Таблица 1

Структура базы геопространственных данных «Сульфатный карст Пермского края»

Набор классов	Класс объектов	Содержание класса	Тип объектов	Атрибуты
Base	Karst_areas	Карстовые районы	Площадной	Name (название)
	Karst_areas_line		Линейный	Area (площадь, км ²)
	ООПТ	ООПТ	Точечный	Name (название) Type (тип)
	Perm_region	Административно-территориальное деление Пермского края (ПК)	Площадной	Name_distr (название)
	Perm_region_line	Границы ПК	Линейный	—
	Rivers_polygon	Гидрография ПК	Площадной	Name (название)
	Rivers_rus_smooth	Гидрография РФ	Линейный	Name (название)
	Water_line		Площадной	Waterway (тип)
	Water_polygon		Площадной	—
	Russia_with_Crimea	Субъекты РФ	Площадной	Name (название)
	Settlement	Населенные пункты ПК	Площадной, Точечный	Name (название) Official_S (Статус) A_PSTCD (почтовый индекс) Population (Численность населения)

Материалы и методы исследования.

Входные данные, использованные при составлении картографического материала, представляют собой набор пространственных данных, предоставленные Естественнонаучным институтом пермского государственного национального исследовательского университета.

В качестве информации о литологии проявлений карста и базовых границах карстовых районов в пределах Пермского края использовалась карта «Карстующиеся породы и карст Пермской области» (1993 г.) масштаба 1:500000, составленная К.А. Горбуновой при участии К.А. Лаврова.

Актуальные (на 2021 г.) границы административно-территориального деления Пермского края и, прилегающих к нему, регионов предоставлены научными сотрудниками ЕНИПГНИУ.

Остальные базовые слои, содержащие информацию о гидрографии, населенных пунктах, транспорте и т.д. имеют актуализацию за 2019 год, так как на момент их распространения сервисом NextGIS предоставлялись в открытом доступе.

Методом дистанционного зондирования собрано огромное количество данных карстообразующих процессов в пределах карстовых районов Пермского края; в свою очередь ГИС-технологии позволили создать две актуальные и представляющие большую ценность для дальнейших исследований базы геоданных: «Сульфатный карст Пермского края» (табл. 1) и «Геопарк «Сылвенский» (табл. 2).

Разнообразная и достаточно длинная маршрутная сеть проектируемого геопарка включает 7 маршрутов разных тематик.

Исторический маршрут предполагает познакомить гостей с трехвековой историей медеплавильной промышленности на территории Кунгурского муниципального округа:

- Бымовский медеплавильный завод;
- Юговской (Юго-Осокинский, Кнауфский, Юго-Кнауфский) завод;
- Кунгурский медеплавильный завод.

Историко-культурный маршрут включает в себя объекты давней истории заселения первых жителей долины реки Сылвы:

- Ермаковское 1, городище;
- Подкаменное городище;
- Выползковское селище II;
- Городище Усть-Мечка I;
- Спасский курганный могильник;
- Бродовский курганный могильник;
- Спасское I городище;
- Кунгурское городище;
- Елкинское городище.

Традиционный соответственно познакомит с традиционными праздниками местных жителей и различными популярными ежегодными фестивалями:

- Масленица и «Небесная ярмарка» (г. Кунгур);
- Белая полоса. Ергач — столица гипса (п. Ергач);
- Праздник топора (с. Зарубино);
- Фестиваль камнерезного искусства (с. Филипповка);

Таблица 2

Структура базы геопространственных данных «Геопарк «Сылвенский»

Набор классов	Класс объектов	Содержание класса	Тип объектов	Атрибуты
Базовые	Info_centr	Информационный центр «Кунгурская ледяная пещера»	Точечный	Name (название)
	Kungur_dis	Территория Кунгурского муниципального округа	Площадной	Name_sist (название административных единиц)
	Relief	Изолинии	Линейный	Name (название) Type (тип)
Гидрография	rivers_linAnno	Группа аннотаций	Текст	Name (название объекта гидрографии)
	Reservoir_pol	Камское водохранилище	Площадной	Name (название)
	rivers_lin	Речная сеть	Линейный	Name (название)

- Праздник гуся «Каз омэсу» (с. Усть-Турка);
- Агротуристический комплекс «Степаново городище» (с. Ленск);
- База отдыха «Калинино» (с. Калинино);
- Музейный комплекс «Морозкино» (с. Ленск);
- Усадьба Быковская (с. Бым).

Отправиться по маршруту **«Православный»** могут все желающие, кто хочет побывать на горной вершине деревни Белая Гора, откуда открывается прекрасный вид на обширные пространства кунгурской лесостепи. А также посмотреть в Кунгуре храмы всех разновидностей:

- Церковь Александра Невского (с. Бым);
- Церковь Троицы Живоначальной (с. Калинино);
- Белогорский Свято-Никольский мужской монастырь (д. Белая Гора);
- Церковь Тихвинской иконы Божией Матери (г. Кунгур);
- Спасо-Преображенская церковь (г. Кунгур);
- Церковь Николая Чудотворца (г. Кунгур);
- Ансамбль Иоанно-Предтеченского женского монастыря (г. Кунгур);
- Успенская церковь (г. Кунгур);
- Кунгурская мечеть (г. Кунгур);

Главным образом, проектируемый маршрут **«Пермский период»** затрагивает природные объекты наследия на территории планируемого геопарка;

- месторождения гипса (Шубинское, Дейковское, Ергачинское) и ангидрита (Соколино-Саркаевское, Разепинское);
- Озеро Осиновое (месторождение грязей) и озеро Круглое;
- Кунгурское месторождение минеральных вод (скв. №9008);
- Карьер с вскрытыми отложениями дивьинской свиты (пос. Чикали);

- Ильчинское обнажение (пос. Ильчича, впадение реки Юрман в реку Сылва);
- Пещеры (Бабиногорская, Кичменская, Зутская, Большая Мечкинская,
- Андроновский грот (Сергинская пещера);
- Стас-камень (пос. Чикали);
- Камень Ермак (пос. Чикали);
- Камень Межевой (пос. Чикали);
- Спасская гора;
- Подкаменная гора;
- Ледяная гора и Кунгурская Ледяная пещера;
- Пермско-Сергинская карстовая каменистая степь;
- Геологический природный резерват регионального значения «Байдарашки»;
- Елкинское обнажение;
- Филипповское обнажение;

Один из **Орнитологических** маршрутов следует по автомобильной дороге от заказника «Предуралье» до с. Серга. Следование по второму маршруту проектируется по реке Сылве с возможностью наблюдения с реки.

Результаты и их обсуждение. В процессе работы была сформирована ГИС «Сульфатный карст Пермского края», которая содержит информацию о количестве карстовых провалов в пределах районов с 1950 г., мест разгрузки сульфатных вод, наличии сульфатных городов в обнажениях, координатные привязки пещер, их морфометрических показателей, существующих и предлагаемых охраняемых природных территорий с проявлениями гипсового карста. С момента формирования базы она активно наполняется как новыми объектами, так и атрибутивной информацией внесенных ранее объектов.

В процессе работы в базу данных была внесена информация о пещерах на территории Пермского края, всего в базе данных

присутствует информация о 674 пещерах, из них 510 в карбонатных отложениях, и 164 в сульфатных, о 269 гипсовых отложениях, 33 источниках выходов подземных вод.

На сегодняшний день в Пермском крае на территориях с активным проявлением гипсового карста находится 36 ООПТ [5] регионального и местного значения общей площадью 502 км² (2,1 % от общей площади карстовых районов), 89% этой территории составляет площадь ООПТ «Нижневишерский». Остальные 35 ООПТ имеют площадь чуть более 55 км² (0,2 % от общей площади карстовых районов).

Предложенные туристические маршруты планируемого геопарка (рис. 2), как объект культурного и геолого-исторического наследия, с целью привлечения и знакомства людей с природными и культурными достопримечательностями данной территории позволяют сохранить все разнообразие ООПТ и объектов наследия на территории Кунгурского муниципального округа. Созданная в ходе исследования база геопространственных данных способствует созданию и развитию инфраструктуры внутри планируемого геопарка «Сылвенский». Самым разнообразным станет маршрут, посвященный геологическому наследию территории планируемого геопарка: 25 объектов для геотуризма протяженностью 199 км. Проделанная работа способствует увеличению интереса к объектам природного и культурного наследия, восприятию проблем и путей их дальнейшего сохранения.

Библиографический список

1. Восемь новых объектов получают статус Глобальных геопарков ЮНЕСКО // UNESCO. URL: <https://ru.unesco.org/news/vosem-novuyh-obektov-poluchayut-status-globalnyh-geoparkov-yunesko> (дата обращения: 7.03.2021).
2. Горбунова К.А., Андрейчук В.Н., Костарев В.П., Максимович Н.Г. Карст и пещеры Пермской области. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1992. 200 с. http://nsi.psu.ru/labs/gtp/stat/ng_0129.pdf;
3. Корф Е. Д. ГЕОПАРК КАК ПЛАТФОРМА ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБЩЕСТВА И ПРИРОДЫ // Наука и туризм: стратегии взаимодействия, 1, № 4. С. 5–9. URL: <http://journal.asu.ru/st/article/view/1454> (дата обращения: 19.05.2021).
4. Красная книга Пермского края. URL: <https://redbook.permecology.ru/> (дата обращения: 21.03.2021).
5. Особо охраняемые природные территории Пермского края / редкол.: С.А. Бузмаков (гл. ред.) и др. Пермь: Астер, 2017. 512 с.
6. Преимущества включения территорий в Список всемирного наследия ЮНЕСКО // Фонд «Охрана природного наследия». URL: <http://www.nhpfund.ru/world-heritage/benefits.html> (дата обращения: 20.07.2021).
7. Сафарян А.А. Фирсова А.В. Кунгурский геопарк: условия создания и их соответствие требованиям ЮНЕСКО // Туризм в глубине России: сб. тр. III Междунар. научн. семинара (21–26 июля 2014 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. — Пермь, 2014. С. 153–159.
8. List of UNESCO Global Geoparks (UGGp) // UNESCO. URL: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/list-of-unesco-global-geoparks/> (дата обращения: 18.05.2021).

Л.А. Галачиева, В.В. Ваниева

Владикавказский Ордена Дружбы народов политехнический техникум

УДК 379.852

МАМИСОН — КАК ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РСО-АЛАНИЯ

Статья рассмотрена учебно-экскурсионная поездка студентов отделения «Туризм» Владикавказского политехнического техникума в Мамисонское ущелье РСО-Алания, где они познакомились с природными особенностями будущего горнолыжного курорта федерального значения, минеральными источниками и историко-культурными достопримечательностями (древними селениями с их башенной архитектурой, церквями, храмами и др.), определили разновидности экологического туризма, которые возможно развивать. Такие направления как лечебно-оздоровительный, эколого-этнографический, геологический, научно-познавательный являются весьма перспективными, так как для их организации имеются все необходимые ресурсы. Студенты во время экскурсии смогли углубить свои эколого-краеведческие знания и определили места для будущих эколого-культурных маршрутов.

Ключевые слова: экологический туризм, учебная экскурсия, эколого-культурный маршрут, эколого-этнографический туризм, минеральный источник, фамильная башня.

L.A. Galachieva, V.V. Vanieva

Vladikavkaz Order of Friendship of Peoples Polytechnic College

MAMISON — AS A CENTER FOR THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN RSO-ALANIA

The article considers the educational and excursion trip by students of the department «Tourism» of the Vladikavkaz Polytechnic College to the Mamison Gorge of the RSO-Alania, where they got acquainted with the natural features of the future ski resort of federal significance, mineral springs and historical and cultural sights (ancient villages with their tower architecture, churches, temples, etc.), identified varieties of ecological tourism that can be developed. Such areas as medical and recreational, ecological-ethnographic, geological, scientific and cognitive are very promising, since all the necessary resources are available for their organization. During the excursion, students were able to deepen their environmental and local history knowledge and identified places for future ecological and cultural routes.

Keywords: ecological tourism, educational excursion, ecological and cultural route, ecological and ethnographic tourism, mineral spring, family tower.

Экологический туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой, становится с каждым годом все более популярным во всем мире, т.к. наряду с материальными благами необходимость потребления современным человеком набора природных благ — чистой воды, чистого

воздуха, территорий с нетронутой природой — сегодня ощущается как никогда остро. К тому же нельзя переоценить роль экологического туризма в воспитании молодежи, т.к. он способствует формированию экологической культуры (культурного поведения в природе), стремления к бережному отношению к окружающей среде, учит любить родной край, свою землю, защищать и берегать ее. А приобщать к этому необходимо с начальной школы с небольших познавательных учебных экскурсий и продолжить на всех этапах обучения.

Весьма серьезно вопросы экологического воспитания стоят на повестке дня во Владикавказском Ордена Дружбы народов политехническом техникуме (ВОДНПТ). Сравнительно

© Галачиева Л.А., Ваниева В.В., 2021

Галачиева Лариса Абубовна,
к.геогр.н., преподаватель Владикавказского Ордена Дружбы народов политехнического техникума, г. Владикавказ;
Lora-0708@mail.ru

Ваниева Виктория Витальевна,
преподаватель Владикавказского Ордена Дружбы народов политехнического техникума, г. Владикавказ;
viktoriavanieva@inbox.ru

недавно здесь было открыто отделение «Туризм», главной задачей которого является — подготовка специалистов среднего звена для будущего горнолыжного курорта «Мамисон».

Учитывая все разновидности рекреационных ресурсов Мамисонского ущелья, Стратегией социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 г. в ближайшей перспективе предусмотрено создание круглогодичного горно-рекреационного курорта «Мамисон» как одного из главных объектов туристического кластера на Северном Кавказе [2]. Предусматривается создание и реконструкция соответствующей инфраструктуры: горнолыжных трасс разного уровня сложности в соответствии с международной системой классификации, обустройство склонов, комплекса канатных дорог, строительство современных подъемников на основе опыта ведущих горнолыжных стран мира, гостиниц, турбаз, кемпингов, а также спортивно-развлекательных и зрелищных комплексов. Все это даст возможность проводить соревнования по горнолыжному спорту на уровне чемпионатов мира.

В 2020–2021 учебном году преподаватели и студенты отделения «Туризм» ВОДНПТ совершили несколько учебных экскурсионных поездок в Алагирское, Мамисонское, Диорское и Кармадонское ущелья.

В ходе экскурсий студенты в реальной ситуации познакомились не только с природой и историко-архитектурными достопримечательностями ущелий, но увидели негативные последствия деятельности человека и экологические проблемы.

Главной целью поездок было — всестороннее рассмотрение ущелий, особенно, Мамисонского, природных условий и предпосылок их освоения, приуроченности поселений и памятников истории и культуры к определенным ландшафтным позициям, экологических проблем, возникающих при неправильном природопользовании.

Познакомившись с интересными достопримечательностями Алагирского ущелья, преподаватели и студенты более детально изучили долину Мамисондона (левого притока реки Ардон), территорию и склоны гор, где планируется строительство круглогодичного горно-рекреационного курорта «Мамисон», который должен стать крупнейшим горнолыжным курортом федерального уровня.

Во время этих учебно-экскурсионных поездок нас сопровождал известный в республике ученый-краевед, кандидат биологических наук, заслуженный эколог РСО-Алания и просто знаток всей республики, Константин

Павлович Попов. Его увлекательный рассказ и показ вдохновил студентов для более детального изучения природы и достопримечательностей республики.

В частности, К.П. Попов рассказал, что Мамисонское ущелье (длиной около 25 км) — одно из живописных уголков Центрального Кавказа, наделенных природой богатым разнообразием естественных красок, неповторимостью ландшафта, изобилием флоры и фауны. Оно отличается и множеством исторических памятников.

Ущелье оконтурено высокими хребтами: с севера — Боковым с вершиной Зарамагхой (4 203 м), с юга — северными отрогами Халацахой (3 941 м), на западе — Водораздельным хребтом (Саухой (3 711 м), Кодзыхой (3 685 м)). Между указанными горными вершинами на Водораздельном хребте располагаются перевалы Згильско-Кевсертский (Кударский), Козский, Бахфандаг, Дзедо и Мамисонский, пригодные только летом для пешеходного сообщения между Северной и Южной Осетией [1, с. 244]. Мамисонское ущелье имеет стратегическое значение, т.к. по нему проходит знаменитая Военно-Осетинская дорога, которая, через названные перевалы, связывает Россию с Закавказьем, а также две Осетии (Северную и Южную). По нему проходили и многие всесоюзные туристские маршруты в Грузию с выходом к Черному морю. Успешно развивался горный туризм.

Главной водной артерией ущелья является р. Мамисондон, образующийся при слиянии рек Зымагондон и Бубыдон между селениями Калак и Камцхой. Затем река принимает много притоков: слева — Саудурдон, Фарсагдон, Клиатдон, Тибдон и др., а справа — Халацадон, Кайтыкомдон и др.

Во время экскурсии студенты пришли к выводу, что уникальные природные условия района в значительной мере способствуют развитию различных видов туризма и альпинизма. Особую ценность представляют рекреационные ресурсы горно-спортивного туризма. Перспективными являются разновидности экологического туризма: пешеходный, велосипедный, водный и др.

В рамках *пешеходного туризма (трекинга)*, который не требует специального оборудования, можно без особых усилий ходить с рюкзаком по всему Мамисонскому ущелью. Сравнительно неплохая дорога по ущелью располагает к *велосипедному*, который привлекателен экологичностью и физическим тренингом.

Мамисон имеет прекрасные перспективы для развития *конного туризма*, популярность которого стремительно растет во всем

мире, думаем, что спрос на данный вид туризма будет, если будет предложение. Для этого надо проложить конно-туристские маршруты, построить кемпинги для обслуживания всадников. Задействовать можно лошадей Бесланского конного завода или частных подворий.

Водный туризм представляет собой разновидность экстремального туризма, но на небольшой и вполне спокойной реке Мамисондон можно организовать курсы для начинающих, со спуском на байдарках и плотах до реки Ардон.

Широкие возможности организации имеет **природно-познавательный туризм**, в рамках которого перспективны туры с натуралистом (ботанические, зоологические, орнитологические, геологические и т.д.) с привлечением специалистов (географов, зоологов, ботаников, геологов и др.).

В рамках **эколого-геологического туризма** интерес представляют: троговая долина Мамисондона, образованная в результате деятельности ледника; Згилский travertin — геологический памятник природы республиканского значения — с мощными travertиновыми отложениями, останцами и туфами из них [1, с. 256]; Даллагкауский оползень; древний разлом земной коры у с. Лисри и др. Студенты ознакомились с многими геологическими объектами, но самый большой интерес у них вызвал так называемый «Палеонтологический музей» — оазис ископаемых растений в travertинах.

Весьма актуален и перспективен **реабилитационный туризм**, который согласуется с важнейшей установкой эколого-туристской деятельности: экологический туризм должен способствовать не только сохранению, но и улучшению природных территорий, вовлеченных в рекреацию [3, с. 27]. Для восстановления лесов на склонах гор, сведенных некогда нашими предками, туристам можно будет предложить посадить дерево в память о посещении Мамисонского ущелья. Во время экскурсии было решено в следующую осень, в рамках учебных практических занятий и экскурсий, начать высаживать деревья на склонах близ села Лисри.

Источники минеральных вод, которыми изобилует Мамисонское ущелье, предрасполагают к организации **лечебно-оздоровительного туризма**. Студенты ознакомились и попробовали воду из интересного Згильского источника — Кубаладжы суар, увидели «эффект кипения» минеральной воды. Вода источника образует небольшое озеро, которое кипит и бурлит от выделяющегося углекислого газа (в пределах 1200–2500 мг/л.). Источники Калак, Камсхо, Лисри, Кудзахта, Калиат,

Зака — углекислые гидрокарбонатные кальциево-натриевые воды — пользуются популярностью среди местного населения как целебные для органов пищеварения и болезней, связанных с обменом веществ.

Особой популярностью в советские времена пользовались Тибские источники (Тиб-1 и Тиб-2). Вода минеральных источников «Тиб-2» изучалась специалистами «Севкавгеология», Пятигорского НИИ курортологии и физиотерапии и Северо-Кавказского горно-металлургического института (ныне государственный технологический университет (СКГТУ), которыми были установлены ее высокие лечебные свойства от мочекаменной болезни, холецистита, гастрита, сахарного диабета, сердечно-сосудистых болезней и др. На базе источников «Тиб-2» был создан санаторий, от которого вниз к источнику была проложена увлекательная тропа со ступенями. Но в настоящее время все это представляет удручающую картину: санаторий разрушен, тропинка заросла, окрестности источника завалены мусором, а сам источник имеет вид, представленный на рис. 1.



Рис. 1. Источник «Тиб-2»

Минеральная вода «Тиб-2» бутилируется и имеет высокий спрос среди населения республики, особенно у людей с заболеваниями почек (мочекаменной болезнью). А на 10-й юбилейной выставке «Всероссийская ярмарка. Знак качества XXI века» (г. Москва, 2003 г.) получила золотую медаль.



Рис. 2. Развалины с. Лисри

Для более успешной организации **эколого-этнографического туризма** — весьма перспективного для РСО-Алания, — необходимо разработать эколого-культурные экскурсионные маршруты по Мамисонскому ущелью, для ознакомления с древними поселениями осетин с многочисленными оборонительными, жилыми, культовыми и сакральными сооружениями: сторожевыми башнями, склепами, церквями и христианскими кладбищами с крестами из травертина.

Ребята прошли по улочкам заброшенных сел (Лисри, Царгаста, Самат, Тиб, Лисри, Згил и др.), а некоторые увидели и смогли сфотографироваться на фоне своих фамильных башен. Среди них особо выделяется с. Лисри (Рис. 2), представляющее неповторимый архитектурный ансамбль с башнями (Дарчиевых, Айларовых, Моураевых), ганахами (Кучиевых, Сидаковых), церковью Успения Богородицы и др.

Боевые башни — один из характерных типов старинной архитектуры в торной Осетии. Тут они фигурируют в каждом ущелье, их силуэты оживляют панораму селений, доминируют над местностью, венчают возвышенности, а порой и отвесные утесы. Они строились отдельными семьями, фамилиями или родами для обороны жилья, служили в качестве сторожевых или самостоятельных опорных пунктов [1, с. 256].

В Мамисонском ущелье имеются благоприятные условия для сельского туризма, который еще имеет и экзотические черты, так как горная изоляция сохранила почти в неизменном виде быт и этнокультуру осетинского народа, сложившиеся в суровых, но прекрасных горных условиях.

Все перечисленное, не исчерпывает всех возможностей территории Мамисонского ущелья в организации различных видов

экологического туризма. Мамисон — отличное место также для организации альпинизма, горного туризма, дельта- и парапланеризма, джиппинга и др. Для организации туризма необходимо разработать маршруты и экотропы. Все маршруты должны быть благоустроены, промаркированы, оснащены скамейками, местами для сбора и утилизации мусора и отходов. В начале каждого маршрута должны быть установлены щиты-информаторы с изображением схемы предлагаемого маршрута, с указанием всех остановок, достопримечательностей по пути следования.

В основу создания таких маршрутов и экологических троп должен быть положен показ причинно-следственных связей в природе, тесного взаимодействия природы и общества, что позволит осуществлять практический системный подход к изучению и охране как природных, так и историко-культурных комплексов.

В процессе проведенных экскурсий, решались такие образовательные и воспитательные задачи, как привитие первичных эколого-туристских навыков и умений, формирование организационно-пропагандистских и эколого-краеведческих знаний, расширение природоохранной деятельности, привитие навыков исследовательской работы, воспитание чувства бережного отношения к природе родной республики, развитие познавательной, творческой и общественной активности.

Студенты во время экскурсии смогли углубить свои эколого-краеведческие знания о природе ущелья (геологии и геоморфологии, климате, ледниках и реках, растениях, в том числе внесенных в Красные книги РСО-Алания и РФ), о роли хозяйственной деятельности человека (рассмотрели памятники традиционного природопользования

осетин — многочисленные земледельческие террасы и кучи собранных камней на склонах гор, которые издревле служили для выращивания проса, ячменя). В условиях малоземелья террасирование рельефа давало возможность искусственного увеличения пахотных земель. Осетинский народ несколько веков вынужден был проживать в горах, где остро ощущался недостаток земель, поэтому тут особенно охранялись пахотные участки. Террасирование склонов для посева зерновых осуществлялось с древности, что охраняло пахотный слой почвы от эрозии [1, с. 253].

Думаем, что Мамисон способен стать перспективным регионом популярного в последнее время во всем мире экологического туризма, целью которого является обеспечение активного отдыха населения в природных

условиях. Но для этого требуется разработка современной научно-обоснованной концепции организации рекреационной деятельности, которая должна иметь комплексный подход к организации отдыха с учетом современных реалий, рекреационных ресурсов, видов рекреационной деятельности и охраны горных ландшафтов РСО-Алания.

Библиографический список

1. Попов К.П. Мамисонское ущелье// Попов К.П. Алагирское ущелье: Природное, историко-культурное и духовное наследие. Владикавказ: Ир, 2008. С. 244–264.
2. Постановление Правительства РФ от 14.10. 2010 г., № 833 «О создании туристского кластера в Северо-Кавказском ФО, Краснодарском крае и Республике Адыгея».
3. Сергеева Т.К. Экологический туризм. — М.: Финансы и статистика, 2004. С. 27.

АКТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

Б.Б. Родоман

УДК 910.3

МОИ ОДНОДНЕВНЫЕ МАРШРУТЫ В ПОДМОСКОВЬЕ

В этой статье я намерен рассказать о практиковавшихся мною в 1955 – 2012 гг. регулярных беженедельных однодневных пеших и лыжных коллективных походах-прогулках в окрестностях Москвы. Подмосковьем здесь называется территория Москвы и Московской области вне Московской кольцевой автодороги (МКАД) вместе с некоторыми прилегающими к столичной области районами областей Калужской (Боровск, Обнинск), Владимирской (Александров), Ярославской (Переславль-Залесский) и Тверской (Кимры, Конаково). Московским регионом считается эта же территория вместе со всей Москвой.

Ключевые слова: Подмосковье, лыжные походы, траверсные маршруты, экологическое воспитание.

Б.Б. Rodoman

MY ONE DAY ROUTES IN SUBURBS OF MOSCOW

In this article I intend to talk about the regular weekly one-day hiking and skiing collective hikes-walks which I practiced in the vicinity of Moscow in 1955 – 2012. The Moscow suburbs here is the territory of Moscow and the Moscow region outside the Moscow ring road (MKAD), together with some areas of the regions adjacent to the capital region: Kaluga (Borovsk, Obninsk), Vladimir (Alexandrov), Yaroslavl (Pereslavl-Zalessky) and Tverskaya (Kimry, Konakovo). The Moscow region is the same territory together with the whole of Moscow.

Keywords: Moscow suburbs, ski trips, traverse routes, ecological education.

Предыстория: детство и Геофак

Моё первоначальное, до войны 1941–1945 гг., знакомство с Подмосковьем состояло из двух этапов.

1. В 1934–1936 гг. мы снимали «дачу» (комнату) в посёлках у железнодорожных станций Сходня и Клязьма, в 28 км направляясь от центра Москвы. Весь день под открытым небом, гамак, трава и деревья на улицах и во дворе, домашние животные, речка, первый гриб в роще...

2. В 1940–1941 гг. жили в избах у настоящих крестьян около станций Истра и Звенигород, обе «дачи» в 50 км от центра Москвы. Реки побольше, дремучие леса, очень много грибов. Шок от общения с деревенскими людьми, проклинившими колхоз; смесь жалости и ужаса.

В 1944 г., по возвращении из эвакуации, началась эпоха малых самостоятельных путешествий. Я методично, пользуясь планом Москвы из Малой Советской энциклопедии, обходил город пешком и объезжал на трамвае.

В начале 1948 г. мой отец, служивший инструктором по культработе в Профсоюзе работников электростанций, принёс мне карту Московской области, масштаб 1:300 000, с грифом «Для служебного пользования». На ней не было изогипс, но были хорошо показаны леса, гидросеть и все сельские поселения, соединённые просёлочными дорогами. В нашу область тогда входил южный «язык» вокруг города Стalinогорска (ныне Новомосковск), благодаря чему на южном листе карты, подлежащем склеиванию с северным, поместились большие части областей Калужской и Тульской. Эту карту нельзя было брать в походы, и даже от складывания она бы быстро испортилась; из неё делались

© Родоман Б.Б., 2021

Родоман Борис Борисович,
д. геогр. н., профессор. г. Москва;
bbrodom@mail.ru

выкопировки — карандашом на писчей бумаге или чертёжным пером на кальке. Этим занимались и мои друзья.

Летом 1948 г. я с матерью ютился в клети деревенской избы в деревне Спас-Торбеево Загорского (ныне Сергиев-Посадского) района Московской области, в бывшем имении князей Урусовых. Пользуясь картой, я совершил первый настоящий поход, длиною около 28 км, — в одиночку пересёк артиллерийский полигон, куда население допускалось по воскресеньям для сбора грибов и орехов, прошёл через город Красноармейск, проехал 7 км по узкоколейке, вернулся домой поздно вечером. Еды и воды с собой не брал, ничего не ел. В 1949 и 1950 гг. продолжались мои вылазки за город, чаще одиночные, реже с одним-двумя одноклассниками, тоже без еды и рюкзаков.

Карта 1948 г. стала самым ценным предметом моего домашнего имущества и оставалась главным географическим документом моей жизни до конца 1980-х, когда появились в продаже карты масштаба 1: 200 000. Старая карта ещё хранится у меня в тубусе, вся обветшавшая и разорванная.

При обучении на Геофаке МГУ мои выезды загород были редкими и не регулярными. В сентябре 1950 г., т.е. на первом курсе, я прошёл со своим однокурсником С.С. Иконниковым (1931–2006) от Истры до Звенигорода и поместил отчёт в факультетской стенгазете «Наши горизонты». В долины и пещеры нас водил Б.Л. Беклешов [5, с. 238]. В ноябре 1950 г. был «звездный» пеший поход нескольких групп, встречавшихся в одной точке, с ночёвками — у нас одна была холодная на сеновале, а вторая тёплая в помещении школы. При организации этого похода целая группа развалилась от того, что девушки отказались идти с Родоманом. Только одна согласилась и не пожалела, о чём написала в дневнике.

В январе-феврале 1953 г., будучи в доме отдыха там же, где была наша летняя учебная практика, — в посёлке Красновидово, я впервые в жизни (!) зашёл в подмосковный зимний лес, в ватном пальто и валенках, но уже через несколько дней сходил на лыжах налегке, в комнатной одежде, по льду рек и просёлочным дорогам, в Бородино (2 x 11 км).

В 1953–1955 гг. моим спутником по вылазкам за город стал А.Е. Осетров (р. в 1934 г.), один из «пяти ребят» из песни на слова Н.Н. Карпова (1932–2018) «Дым костра создаёт уют...», впоследствии северовед, почвовед, ныне всё ещё усердный сотрудник Геофака, уникальный знаток территории Подмосковья.

Поскольку профессия и практики у географов были полевыми, праздный туризм как таковой был для них не типичен и не престижен,

а уважались исследования. Так, в январе – феврале 1955 г. я участвовал в многодневной снегомерной съёмке между Рязанским шоссе и Зарайском. Из этой экспедиции я вынес важное практическое понятие — дежурный квартирмейстер: люди с инструментами идут налегке, а один из них со всеми личными вещами едет в следующий пункт ночлега (везли на санях с лошадью). Не только в экспедициях, но и в туристских походах той эпохи мы покидали Москву с официальными письмами, обязывавшими местные власти оказывать нам содействие.

В студенческие годы меня, как и других студентов-географов, отвлекало от «малой родины» наше огромное Отечество. К моменту окончания Геофака (1955) в моём досье уже чисились Крым, Кавказ, Прикаспий, Бурятия, Хибины, Прибалтика, а летом 1955 г. к ним добавился Памир.

Походы выходного дня

По окончании Геофака я стал служащим в издательстве и начал очень дорожить выходными днями. С 1940 г. выходным днём в СССР было воскресенье, а с 1967 г. ещё и суббота, что стало большим скачком для развития пригородного туризма.

В походы выходного дня меня вовлёк мой одноклассник К.К. Шилик (1930–2019), окончивший МВТУ им. Баумана, но впоследствии ставший археологом и кандидатом географических наук (по палеогеографии) [13]; он открыл несколько античных городов в водах Чёрного моря. С его группой я в 1954 г. пересёк Большой Кавказ перед поездкой в Прикаспийскую экспедицию, а в Подмосковье осенью 1955 г. прошёл с его ребятами от Истры до Звенигорода, с одной ночёвкой в палатке. В том же 1955 г. я стал ходить на лыжах с Шиликом по таким же маршрутам, но однодневным, без ночёвки. Летом 1956 г. под водительством Шилика мы прошли через Карпаты, поднялись на Говерлу.

Самым благоприятным для любых пригородных походов был северо-западный сектор Подмосковья — Смоленско-Московская возвышенность. Нашим любимым маршрутом стал «Великий лыжный путь» от платформы Малино Октябрьской железной дороги (Ленинградское направление) до станции Нахабино Рижского направления, а с 1966 г. — до открывшейся платформы Аникеевка (около 18 км).

К 1958 г. я вышел из-под туристской крыши К.К. Шилика, переселившегося в Ленинград, и вместе с одним товарищем из его «почтового ящика» сам водил группу, редко насчитывающую более десяти человек. В конце XX и начале XXI в. это была «туристская семья»

из шести-восьми особей. В вагоне электрички, четвёртом от головы поезда, где обычно ездили любители походов, мы пересекались с плановыми туристами, собиравшимися по объявлению турклуба. Они спрашивали: «Вы не из группы N?», а мы отвечали «Нет, мы сами по себе» и незнакомых не принимали. Знакомые приглашались, становились приятелями и друзьями постепенно.

Выходные и праздничные дни — не лучшее время для загородных прогулок из-за много-людья и переполненности транспорта. Турклубы устраивают походы и в середине недели, например, по средам, главным образом для пенсионеров, но я не пошёл по этому пути несмотря на то, что уже в 1965 г. навсегда избавился от необходимости ежедневно посещать учреждение, выдающее мне зарплату. Я сохранил для походов выходные дни, чтобы не терять коллектив. Регулярные выезды за город в одни и те же дни недели придают жизни здоровый ритм, упорядочивают повседневную деятельность. Назначения прогулок на разные дни недели дезорганизовали бы мой налаженный быт. По этим причинам мои коллективные походы проходили в выходные дни даже в XXI в., когда большинство моих спутников были пенсионерами, в том числе «неработающими».

Я соблюдал и пропагандировал квазирелигиозную «святость» субботы и воскресенья. В дни, предназначенные для загородной рекреации, не положено заниматься умственным трудом, читать и писать, включать компьютер. Выездную рекреацию я рассматривал как второй, параллельный образ жизни, в который человек погружается систематически, неуклонно и безоговорочно [4].

Если учесть походы с ночевкой в конце недели, в дни майских и ноябряских праздников, и время отпусков, то получается, что я загружал туризмом до одной трети всех дней, имеющихся в году. Это был мой мир, удалённый от «обывательских» интересов и от потребления плодов массовой культуры.

Для чего я ходил в подмосковные походы?

1. Чтобы увидеть новые места — совершенно так же, как и при дальних путешествиях.
2. Показать любимые места приятелям, преподнести их как подарок.
3. Привлечь новую девушку, одарив её впечатлениями. Обычно девушка вовлекалась в группу, а после я отправлялся с ней куданибудь вдвоём.
4. Хорошо отдохнуть от умственного труда в обществе молодом, весёлом и не обременённом интеллектом.

5. Побыть в подходящей для меня рекреационной среде — такой, где под открытым небом не видно домов, автомобилей и никаких людей, кроме моих спутников.

6. Привлекали среда, быт, занятия, резко противоположные повседневным; компенсация одностороннего городского образа жизни, хотя бы не серьёзная, в сжатом виде. При активном отдыхе «на лоне природы» горожане уподобляются крестьянам, кочевникам, «дикарям» и т.п.

7. Оздоровление, точнее, поддержание здоровья и замедление его ухудшения.

8. Психофизиологическая встряска от трудностей, препятствий, испытаний. После дня и вечера в холода и под дождём, после темноты и грязи на дороге, с мокрыми ногами, при опасении опоздать на последнюю электричку — какими желанными кажутся своя комната, тёплая ванна, мягкая постель! Туристские походы — прекрасное средство любить и ценить повседневный городской быт.

9. Некоторое моральное удовольствие от походов я получал и потому, что был их лидером, каковым не являлся ни в какой другой сфере деятельности. Я решал, куда и как идти и ехать, но никакой склонности и способности командовать людьми и наслаждаться их зависимостью у меня не было.

Из вышеперечисленных мотивов только первые пять были вполне осознанными и действовали при планировании мероприятий. Оздоровление само по себе не было для меня задачей или целью деятельности. Я ходил пешком не потому, что ходьба на свежем воздухе полезна для здоровья, а потому, что привлекательные ландшафты в Подмосковье сохранялись только там, куда не проникали автомобили.

С годами различные мотивы туристской деятельности отмирали. Так, например, любимые места, в которые я вёл своих друзей, всё чаще оказывались застроенными, изуродованными, непроходимыми. По «костаточному принципу» держался дольше всего и выходил на передний план оздоровительный мотив. В преклонном возрасте лучший способ существования — продолжать привычное дело.

Траверсные маршруты

Моим главным практическим и теоретическим достижением в пригородном туризме явились так называемые траверсные маршруты. Они протягивались между двумя исходящими из Москвы радиальными железнодорожными линиями (рис. 1). Упомянутый выше «Великий лыжный путь» — самый яркий и типичный пример. Такие маршруты широко использовались туристскими клубами.

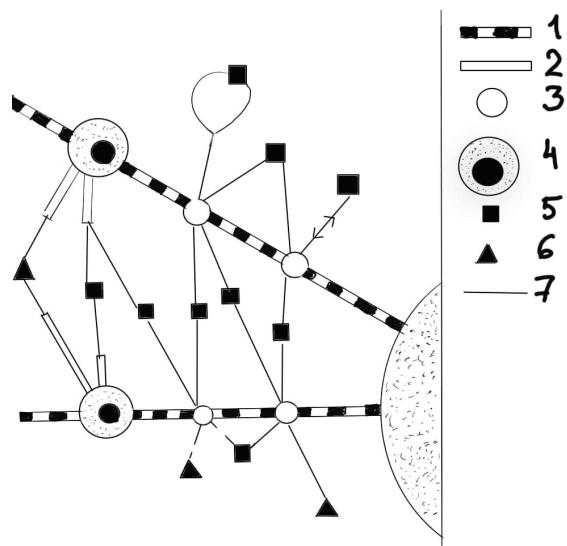


Рис. 1. Пригородные туристские маршруты — траверсные и боковые

Легенда. 1 — железные дороги; 2 — автобус; 3 — «зелёные остановки» электропоездов; 4 — города и железнодорожные станции; 5 — места обеда; 6 — ночлег в палатке; 7 — пешие и лыжные маршруты.

Я называю такой маршрут траверсным, потому что для меня это пересечение, преодоление, погружение в привлекательный ландшафт. В середине пути, наименее людном, наиболее лесистом, наступает кульминационный момент путешествия [6, с. 196].

Начальными и конечными пунктами траверсных маршрутов служили зелёные остановки — не стеснённые застройкой платформы пригородных электропоездов, где можно сразу стать на лыжи, да и пешком не идти по городской улице.

Из простых траверсных маршрутов у лыжников-бегунов составлялись маршруты сложные, пересекавшие два и более межрадиальных сектора. Иные бегали и на 150 км за один день. Так складывалось вокруг Москвы Большое северо-западное лыжное полукольцо со многими вариантами (пучок маршрутов).

Принципиальная схема траверсных лыжных маршрутов была начертена мною для Всесоюзной лаборатории туризма и экскурсий (ВНИЛТЭ), где я служил в 1986–1990 гг., и демонстрировалась зимой 2015–2016 гг. на выставке «Метагеография» в Третьяковской галерее в Москве наряду с моими прочими картоидами, признанными произведениями современного концептуального искусства [11].

В моей туристской биографии чистые траверсные маршруты, в которых весь путь от одной железнодорожной платформы до другой проходил активным способом, т.е. пешком или на лыжах, отмирали постепенно и всё чаще заменялись комплексными, когда начальные и конечные отрезки траверса проезжали

на автобусе, а пешком шли только по самой интересной средней части. Для комплексного траверсного маршрута нужны не зелёные остановки, а наоборот, большие железнодорожные станции подмосковных городов, от которых отправляются автобусы в местную глубинку, к границам административных районов. Также всё чаще траверсные маршруты заменялись петлевыми и тупиковыми с возвратом на ту же или с приходом на другую платформу той же железнодорожной линии.

По мере урбанизации и застройки Подмосковья чистые траверсы отодвигались всё дальше от Москвы, где хорды между радиусами становились длиннее и уже недоступными для прохождения за один день. Мои предложения сохранить для туристов траверсные зелёные коридоры и превратить их в линейно-узловой туристский парк опубликованы [6, с. 172].

Открытия в ландшафте и влияние коллег

Благодаря частым поездкам и походам я обнаружил вокруг Москвы три типа сельского расселения, удивительно совпадающих с тремя физико-географическими провинциями — Смоленско-Московской возвышенностью, Мещёрской низменностью и Москворецко-Окской эрозионной равниной, и предположил, что они раньше принадлежали разным этносам [10]. Расположение Москвы (Кремля) ровно на стыке трёх ландшафтных областей вместе с особенностями советского административно-территориального деления привело меня к открытию закона полярного размещения узловых и однородных районов [5, с. 113].

Главный (и единственный) натуралист в моей туристской компании, А.Е. Осетров, познакомил меня с Северским опольем — бывшей житницей средневековой Москвы. Впоследствии эту роль играло Центральное Черноземье, а в советское время — даже Северный Казахстан. Я начертил удивительный картоид, отражавший три исторические эпохи [8, с. 200]. Восточную часть Северского ополья я предлагал как меньшее зло для вынужденного роста Москвы преимущественно в одну сторону [3]; мое мнение о состоявшемся расширении Москвы в XXI в. тоже опубликовано [9].

В моей туристской компании подвизался юрист и экономист Л.Б. Шейнин (1930–2019), сотрудничавший с географами по линии земельного кадастра. Его занимал юридический статус таких объектов, как опоры ЛЭП среди полей, пересечения автодорог с железнодорожными путями, изгороди, канавы, проволока на полях, свалки. Он занимался тем же вопросом, что и К. Маркс, но пришёл к противоположным выводам, и они в советское время были за рубежом опубликованы! [14].

В 1975 г. в моих подмосковных походах стал участвовать В.Л. Каганский — мой последователь не только в теоретической географии, но и в «путешественном» образе жизни, а если не разделять эти два явления, то можно сказать, что мы одинаково понимаем устройство культурного ландшафта России. В походах и поездках совместно с В.Л. Каганским, не только в Подмосковье, но и в некоторых других регионах, вырабатывались такие важные понятия, как внутренняя периферия, анизотропный ландшафт, эконетизация административных границ [2]. Под руководством В.Л. Каганского моя туристская группа в какой-то мере продолжает жить без меня.

Плоды для науки и публицистики

Подмосковным походам и прогулкам я обязан большей частью своих достижений, научных и околонаучных.

1. Концепция «поляризованной биосферы», или «поляризованного ландшафта» [6].

2. Почти все компоненты моего направления теоретической географии [5].

3. Главные особенности российского культурного ландшафта и его районирование [10].

4. Стадии развития личности в сфере досуга [6, с. 179–189].

5. Пространственно-временной волнно-образный профиль путешествия [6, с. 196].

6. Книга о гуманистичном экологическом воспитании [7].

7. Почти все научные работы о рекреации и туризме [1].

8. Статьи, эссе, трактаты о росте и развитии Москвы, автомобилизации, охране природы, рыночной экономике, о человеческих отношениях в сфере досуга и т.д. [6].

В июне–июле 2021 г. я составил и опубликовал на «Проза.ру» почти полный список моих подмосковных однодневных неоднократных лыжных и пеших походов (его можно и дальше редактировать и пополнять). Этим перечнем можно пользоваться как приложением к настоящей статье. Кроме того, я участвовал в многодневных походах — лыжных с ночёвками в домах и пеших с ночевками в палатках, много раз встречал Новый год в лесу. Особую специфику имели «женские походы» — в дни 8 марта, не только в Московской, но и в соседних областях. Об этом я хотел бы рассказать в других статьях.

Библиографический список

1. Герасименко Т.И. Вклад Б.Б. Родомана в изучение рекреации и туризма // Борис Борисович Родоман доктор географических наук библиографический справочник / сост.: Б.Б. Родоман, Т.И. Герасименко; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону, 2021, с. 112–115.
2. Каганский В.Л. Пространство в теоретической географии школы Б.Б. Родомана: итоги, проблемы, программа // Изв. РАН, сер. геогр., 2009, № 2, с. 1–10.
3. Родоман Б.Б. Город, природа, туризм в Подмосковье (прогнозы и предложения) // Вестник Моск. ун-та, география, 1972, № 3, с. 87–90.
4. Родоман Б.Б. Рекреация как параллельный образ жизни // Комплексные проблемы туризма и отдыха «Человек – природа – отдых». Тез. докл. всесоюз. конф., Севастополь, дек. 1987. — М.: ЦРИБ «Турист», 1987, с. 23–25.
5. Родоман Б.Б. Территориальные ареалы и сети. Очерки теоретической географии. — Смоленск: Ойкумена, 1999, 256 с.
6. Родоман Б.Б. Поляризованная биосфера: Сборник статей. — Смоленск: Ойкумена, 2002, с. 196.
7. Родоман Б.Б. Под открытым небом: О гуманистичном экологическом воспитании / Биб-ка ж-ла «Здравый смысл». М.: Росс. гуманистич. об-во, 2004, 184 с.
8. Родоман Б.Б. География, районирование, картоиды: Сборник трудов. — Смоленск: Ойкумена, 2007, 368 с.
9. Родоман Б.Б. Отклик на расширение Москвы // Интелрос, 28 дек. 2011, 0,7 л. www.intelros.ru (дата обращения 19.07.2021).
10. Родоман Б.Б. Культурный ландшафт России: географическая специфика и уникальность (в прошлом, настоящем, будущем) // В фокусе наследия. Сб-к статей, посвящённый 80-летию Ю.А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачёва. / Сост., отв. ред. М.Е. Кулешова. — М.: Ин-т географии РАН, 2017, с. 330–340.
11. Смирнов Николай. Борис Родоман. Дискретизация территории: тело и текст // Природное и цифровое. Художественный журнал Moscow Art Magazine # 96, М., 216. с. 98–105.
12. Шейнин Л.Б. Правовые вопросы мелиорации сельскохозяйственных земель в Российской Федерации: автореф. дисс. канд. юр. наук. — АН СССР, Институт государства и права. М., 1971, 17 с.
13. Шилик К.К. Изменения уровня Чёрного моря в позднем голоцене: по материалам геоморфологических и археологических исследований в северо-западной части бассейна: автореф. дисс. канд. геогр. наук, Ленингр. ун-т им. А.А. Жданова, Л., 1975, 13 с.
14. Shaynin L.B. Proportions of Exchange // The Economic Journal, 1960, Vol. 70, No 280, 769–782.

НОВЕЙШИЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ АКТИВНОГО ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Каждая достаточно протяжённая территория имеет индивидуальное сочетание туристских ресурсов и возможностей. Причём, там, где среди привлекательных для туризма объектов превалируют объекты природные, туристские возможности территории, как правило, сильно ограничены. В современном развитии туризма в России, и в Пермском крае, в частности, наметились выраженные проблемы, большей частью носящие комплексный характер. Одна из них – современные стереотипы активного туризма. Межвидовое комбинирование и комбинирование на уровне типов туризма при проведении туристских мероприятий в настоящий момент имеет выраженный спонтанный характер, но имеет и положительные перспективы.

Ключевые слова: *активный туризм, туристские мероприятия, проблемы туризма, стереотипы туризма, туристский объект, объект туризма.*

S.B. Michurin

Perm State University

THE NEWEST PROBLEMS AND TRENDS OF ACTIVE TOURISM IN THE PERM KRAI

Each fairly extensive area has an individual combination of tourism resources and opportunities. Moreover, where natural objects prevail among the objects attractive for tourism, the tourist opportunities of the territory, as a rule, are very limited. In the modern development of tourism in Russia, and in the Perm Territory in particular, there have been pronounced problems, mostly of a complex nature. One of them is the modern stereotypes of active tourism. Interspecific combination and combination at the level of types of tourism in the conduct of tourist activities currently has a pronounced spontaneous character, but it also has pronounced positive prospects.

Keywords: *active tourism, tourist events, tourism problems, tourism stereotypes, tourist object, tourism object.*

Виды активного туризма принято выделять по совокупности ряда признаков — способ передвижения (пеший, велосипедный, парусный), вмещающий ландшафт (водный, горный, спелеотуризм), тактика (пеший в горных ландшафтах, горный, альпинизм). Критериями выделения подвидов обычно является техника передвижения и, иногда, обеспечивающее её снаряжение (например — каякинг, рафтинг и другие подвиды водного туризма).

В тип активного туризма виды объединяет полное или частичное отсутствие обслуживающей туристов инфраструктуры на маршруте. То есть, активный туризм подразумевает

полную автономию туристской группы во время реализации содержательной составляющей туристского прохождения, либо на протяжении значительной части этого времени.

Также существуют различные сочетания признаков различных типов и видов туризма — сочетания содержательные, пространственно-временные, идеологические, технологические и иные.

Так комбинирование на уровне типов (тип комбинированный туризм) проявляется чаще всего в сочетании содержательных физической и психофизиологической активности, специфических рисков, характерных для активного туризма с эксплуатацией во время пространственной реализации туристского мероприятия инфраструктуры, достаточно разветвлённой в пространстве и имеющей целый комплекс направлений специализации. Классическим примером такого комбинирования является горнолыжный туризм. Иными словами, комбинированный туризм,

© Мичурин С.Б., 2021

Мичурин Сергей Борисович,
к.геогр.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
michura2004@rambler.ru

как тип, представляет собой логически обоснованное сочетание мотиваций, а также пространственных, функциональных и иных элементов как активного, так и культурно-ориентированного туризма.

Кроме того, в массовой туристской практике имеет место и опыт туристского комбинирования и в пределах одного типа туризма. В отечественном активном туризме ещё с советских времён известно такое явление, как комбинированные маршруты. Суть явления заключается в сочетании на протяжении одного туристского мероприятия различных вмещающих ландшафтов, способов передвижения, техник и тактических решений. Причём составляющие эти являются практически равноправными с точки зрения содержательной нагрузки туристского мероприятия. Так известны пеше-горные, пеше-водные, водно-спелеологические и иные туристские мероприятия, основанные на сочетании элементов двух и более видов активного туризма.

Достоинствами комбинированного туристского мероприятия являются возможность сочетания разного рода физических и иных нагрузок; широкие возможности для формирования его содержательных составляющих — культурной, рекреационной, оздоровительной, психолого-реабилитирующей, технико-спортивной и т.п. Это подтверждается практикой современного туризма, показывающей, что фактически любое достаточно длительное и удалённое в пространстве от среды обитания участников туристское мероприятие приобретает, спонтанно или целенаправленно, черты комбинированного. При этом комбинирование может происходить как на одном уровне — типа или видов — так и на обоих одновременно.

Каждая достаточно протяжённая территория имеет индивидуальное сочетание туристских ресурсов и возможностей. Причём, там, где среди привлекательных для туризма объектов превалируют объекты природные, туристские возможности территории, как правило, сильно ограничены. Так на территории Пермского края сотни природных объектов туризма различной пространственной локализации и ландшафтной принадлежности — реки, пещеры, озёра, скалы-останцы, горные территории с участками высотной поясности и т.п. При этом полноформатный туристский объект естественного происхождения (не путать с объектом туризма) — участок пространства, оборудованный и функционирующий именно для посещения его туристами, имеющий системы, обеспечивающие безопасность, содержательность и относительный комфорт посещения — на территории края всего один (!) — Кунгурская ледяная пещера.

Одновременно в современном развитии туризма в России, и в Пермском крае, в частности,

наметились выраженные проблемы, большей частью носящие комплексный характер. Проблемы эти следующие.

1. Перекос численного соотношения в системе «природные объекты туризма — туристские объекты природного генезиса» в сторону первых. Перекос этот, во-первых, закономерно ведёт к практически бесконтрольной хищнической эксплуатации туристских ресурсов и их деградации. Во-вторых, без наращивания туристских возможностей территории это способствует ухудшению её туристского и общего имиджа. Территория воспринимается в качестве носителя — «донора» — неких возможных аттракций, которые можно использовать по своему усмотрению, после чего бросить за ненадобностью, без какой бы то ни было рекультивации. Наглядной иллюстрацией подобного восприятия территории и её ресурсов являются частично деградированные ландшафты горы Крестовая, урошица Каменный город и Усьвинские Столбы, окрестностей посёлка Усьва — местностей, использованных в качестве декораций для киносъёмок. Наконец, в-третьих, на фоне эволюции (в значительной мере — регрессивной) массовых туристских вкусов и потребностей, страдает безопасность туристов. Если за последнюю треть XX века в распоряжении автора не имеется подтверждённой документами информация о гибели туристов вне сплавов, то за период 2000 — середина 2021 в СМИ прошла информация о трёх случаях (всего не менее четырёх погибших). Данные о несчастных случаях (включая гибель туристов) в пики технической сложности водных маршрутов края разнятся в различных источниках. Но, по оценкам экспертов, туристов и сопровождающих туристских групп, их количество за последние двадцать лет значительно увеличилось, количество нештатных ситуаций без выраженных трагических последствий на данный момент подсчёту те поддаётся, похоже имеет выраженную тенденцию к увеличению.

2. Разрыв преемственности поколений в активном туризме, вызванный социальными потрясениями 1990-х годов, в сочетании с последующим некоторым повышением уровня жизни и осуществлением массового доступа к бесконтрольной информации, включая её генерирование и транслирование, привели к изменению массового восприятия активного туризма, что начало проявляться уже в первое десятилетие XXI в. Среди современной туристской общественности сформировался целый ряд ошибочных стереотипов (табл. 1).

3. В связи с эпидемиологической ситуацией 2020–2021 гг. наблюдается спад выездного туризма и выраженная положительная динамика внутреннего, включая активный и комбинированный на уровне типов. Что закономерно

Таблица

Сtereотипы активного туризма (составлено автором)

Сtereотип	Выводы, порожденные стереотипом	Следствия
Доступность туристского снаряжения тождественна доступности прохождения технических препятствий, на преодоление которых оно рассчитано.	Подавляющее большинство технических препятствий безопасно проходимы и при наличии снаряжения; осуществление прохождения не требует руководства, специализированной подготовки участников, постепенного нарастания сложности препятствий.	<ul style="list-style-type: none"> • Массовое осуществление туристских мероприятий неподготовленными туристами без квалифицированного сопровождения. • Отсутствие у массового туриста элементарных навыков прохождения технических препятствий, неумение пользоваться туристским снаряжением и оборудованием. • Подсознательное ощущение того, что наличие снаряжения обеспечит комфорт и безопасность прохождения без участия туриста. • Грубейшие тактические и технические ошибки при осуществлении прохождений.
Наличие в сети информации об объекте туризма означает его доступность и проходимость.	Автор поста посетил (до-ехал, прошёл, поднялся и т.п.), значит, может любой человек и в любое время.	<ul style="list-style-type: none"> • Массовое осуществление туристских мероприятий без их целенаправленной предварительной организации и обеспечения. • Игнорирование сезонности и внутрисезонных колебаний показателей доступности природных объектов туризма.
Транспортная доступность объекта туризма означает его технико-туристскую доступность и проходимость.	Чем дальше и сложнее заброска к объекту, тем менее актуальным считается вопрос о безопасности и технической доступности его посещения.	<ul style="list-style-type: none"> • Массовое осуществление туристских мероприятий по принципу: «мы уже здесь, не обратно же ехать, как-нибудь пройдём». • Игнорирование того, что содержательные и технические составляющие туристского мероприятия должны быть обязательно дублированы.
Единичное удачное посещение (прохождение) объекта туризма (осуществлённое самим туристом или кем-либо ещё) означает, что никакой подготовки или организации подобное мероприятие не требует.	Точка зрения: «Что получилось единожды — получится всегда и у кого угодно».	<ul style="list-style-type: none"> • Безответственное отношение к предварительной подготовке прохождения: «Детальная подготовка — траты времени, нам же не Эверест покорять, съездим — и всё». • Игнорирование негативного опыта предыдущих прохождений.
Проявление другими туристами интереса к тем же объектам и территориям означает, что наши туристские мотивации и уровень подготовки идентичны; восприятие и поведение человека в сети идентично его восприятию и поведению в реальной жизни.	Для формирования туристской группы вполне достаточно письменного обещания потенциальных участников через сеть.	<ul style="list-style-type: none"> • Массовое осуществление туристских мероприятий единовременно сформированными нестойкими сообществами, в которых никто ни за что не отвечает. • Отсутствие во временных сообществах лидерства, обоснованного туристским опытом; лидерство — только спонтанно-психологическое, не обеспечивающее единонаучания. • Высокая вероятность раскола группы в процессе осуществления туристского мероприятия.
Эффективные формы самоорганизации эффективны везде	Положительный опыт опосредованного подбора участников в комбинированном (горнолыжные туры) и пассивном (туры на курорты) туризме говорит о том, что данный способ уместен и в активном туризме.	<ul style="list-style-type: none"> • Массовое осуществление туристских мероприятий единовременно сформированными нестойкими сообществами, в которых никто ни за что не отвечает. • Отсутствие целенаправленного разделения участников группы по функциональным ролям и способностям, ведущее к неравномерному распределению нагрузок (физических, функциональных, психологических и т.п.). • Часто — сокрытие негативного опыта проведения саморганизованных туристских мероприятий или принижение его значения.
Унаследованный от советского самодеятельного туризма психологический антагонизм других форм организации к коммерческому туризму.	Нет смысла платить за то, что можно сделать самому для себя бесплатно.	<ul style="list-style-type: none"> • Поскольку антагонизм не подкреплён собственной специализированной подготовкой массового туриста, самостоятельное проведение туристских мероприятий не обеспечивает приемлемых показателей их безопасности. • По той же причине — недостаточно современное техническое и технологическое обеспечение туристских мероприятий — даже при условии применения ультрасовременного снаряжения и оборудования.
Туристские мероприятия, не имеющие выраженной спортивной мотивации участников, автоматически не имеют технической сложности.	Организация не спортивных туристских мероприятий, руководство ими и участие в них не требует владения основами тактики и техники массовых видов активного туризма.	<ul style="list-style-type: none"> • Массовое осуществление туристских мероприятий лицами, не имеющими значимого туристского опыта • Массовое осуществление туристских без квалифицированного сопровождения. • Регулярное совершение участниками туристских мероприятий одних и тех же технических ошибок • Регулярное совершение организаторами туристских мероприятий одних и тех же тактических и технических ошибок, вплоть до фатальных.

должно привести к усилению проблем, описанных выше.

4. Межвидовое комбинирование при проведении туристских мероприятий в настоящий момент имеет выраженный спонтанный характер и направлено, прежде всего, на повышение комфорта туристских прохождений. Происходит это, во-первых, путём эксплуатации в туристской практике всё более сложного оборудования и снаряжения. Это резко повышает вероятность технических сбоев в навигации, внутренней и внешней связи, технологическом и ином обеспечении пространственной реализации туристских мероприятий. И происходит это при полном отсутствии у большинства участников и значительной части сопровождающих туристских групп, а также организаторов мероприятий, представления о том, как осуществлялись неожиданно ставшие проблемными направления такого обеспечения традиционно, до появления сложного оборудования и снаряжения.

Популярнейшая на сегодняшний день в активном туризме комбинация характерна для водного туризма в летний сезон и для лыжного в зимний. Речь идёт о замене традиционного для этих видов способов передвижения на использование механической маломоторной тяги, в первом случае — адаптирование туристских судов (прежде всего — катамаранов) для использования лодочных подвесных моторов, во втором — использование снегоходной техники. Поскольку эта тенденция, при всей её закономерности, во многом спонтанна, пока роль «механизации» передвижения обычно ограничивается более быстрой или менее трудозатратной переброской туристов между особо привлекательными либо тактически значимыми точечными объектами. В водном туризме — по однородным участкам с ровной водой, в лыжном — по умеренно пересечённой местности. Самостоятельная ценность моторизованного перемещения в пределах вмещающего ландшафта содержательно крайне мала и фактически интересна только руководителям групп, организаторам и сопровождающим туристских мероприятий, рулевым мотокатамаранов и водителям снегоходной техники.

В дальнейшем же вполне возможны внутридидактические и межвидовые комбинации в активно-туристских мероприятиях.

Например, классический лыжный туризм в Пермском крае фактически прекратил своё существование, в качестве массового явления. При этом, в результате описанной выше проблемы снижения туристской культуры, эволюция вкусов проявилась таким образом, что, неприятие развилось к основным техническим проявлениям автономности, характерным для лыжного туризма — переноске груза и, в особенности, к ночёвкам в палатках зимой. Сыграла

свою роль и нашумевшая (и недавно дополнительно раскрученная СМИ) гибель туристов группы Игоря Дятлова. При этом само по себе передвижение на лыжах массового негатива не вызывает, а возможность с помощью традиционных общедоступных техник движения (включая недолгое тропление со сменой ведущего) достигать привлекательного объекта способно, напротив, обеспечить устойчивые положительные эмоции, сравнимые с таковыми же, связанными с собственно посещением. И снегоходная техника даёт целый ряд возможностей возрождения лыжного туризма в качестве комбинаторной составляющей новейших форм туристских прохождений. Возможно простое пространственно-временное комбинирование моторизованного прохождения с традиционным лыжным, как это происходит на части зимних восхождений на гору Осянка, или в качестве заброски на привлекательный точечный объект, как практикуется и с зимними и с летними посещениями камня Полюд. Возможно обеспечение и страховка лыжных групп при качественной имитации классических лыжных маршрутов (замечено, в частности, в зимних туристских мероприятиях на реке Усьва, связанных с посещением ледопада на камне Омутной). Возможно комбинирование моторизованных прохождений с элементами других видов активного туризма, в частности — с кейвингом. Так автор располагает информацией о факте идеального проектирования всесезонного туристского продукта, связанного с посещением пещер урочищ Ладейный лог и Сухой лог, скомбинированным с частично или полностью моторизованной переброской туристов по хребту Рудянский спой. Возможны, наконец, многочисленные варианты летних пешеходно-моторизованных путешествий — в окрестностях Помянёного камня, урочища Еранина деревня, береговых камней рек Усьва, Вишера и других.

Возможности комбинирования моторизованных путешествий в водном туризме Пермского края так же требуют дополнительного изучения.

Библиографический список

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения 10.10.2020).
2. Туристские маршруты и их типы. URL: https://vuzlit.ru/371640/turistskie_marshruty_tipy (дата обращения 11.10.2020).
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Спб, издательский дом «Герда», 2000. 192 с.
4. Кусков А.С., Джалаадян Ю.А. Основы туризма. Учебник. — М.: КНОРУС, 2008. — 400 с.
5. Michurin S. B., Volkhin I. L., Active tourism in Perm region: new formats and trends. Smart Innovation, Systems and Technologies. Springer, 2021.

**С.Э. Мышлявцева, В.А. Брюхова, Ю.В. Воронцова, Ю.А. Дружинина,
М.А. Мельников, В.Е. Мыльников, В.С. Останин, В.Е. Смирнов**

УДК 910.3

Пермский государственный национальный исследовательский университет

КАМЕННЫЙ ГОРОД: МОНИТОРИНГ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ

Статья подготовлена по результатам полевого мониторинга потоков посетителей памятника природы регионального значения Каменный город, проведенного в период летней практики магистров кафедры туризма. За время практики было осуществлено три полевых выезда и опрошено 1502 респондента — посетителя Каменного города. В результате отмечается широкая география посетителей: Каменный город посещают не только жители Пермского края, но и жители других регионов России. Поездки организуются как самостоятельно, так и организованно туроператорами. Для комфортного пребывания на территории объекта необходимы следующие элементы благоустройства: туалеты, мусорные баки, навигация, и др.

Ключевые слова: туристский поток, социологическое исследование, учебная практика, памятник природы регионального значения Каменный город, Пермский край.

**S.E. Myshlyavtseva, V.A. Bryukhova, YU.V. Voroncova, YU.A. Druzhinina,
M.A. Mel'nikov, V.E. Myl'nikov, V.S. Ostanin, V.E.Smirnov**

Perm State University

KAMENNY GOROD: MONITORING OF TOURIST FLOWS

The article was prepared on the basis of the results of field monitoring of the flows of visitors to the natural monument Kamenny Gorod, carried out during the summer practice of the masters of the Department of Tourism. During the practice, three field trips were carried out and 1502 respondents — visitors to the Kamenny Gorod — were interviewed. As a result, a wide geography of visitors is noted: Kamenny Gorod is visited not only by residents of the Perm Territory, but also by residents of other regions of Russia. Trips are organized both independently and organized by tour operators. For a comfortable stay on the territory of the object, the following improvement elements are needed: toilets, garbage cans, navigation, etc.

Keywords: tourist flow, sociological research, student field trip, natural monument Kamenny Gorod, Perm krai.

Введение. Памятник природы регионального значения «Каменный город» входит в состав Усьвинского участка природного парка Пермский. **Каменный город** — расположен на главной вершине хребта Рудянский Спой. Объектом

интереса выступают каменные останцы причудливых форм, компактно расположенные на относительно небольшой по площади территории.

Рост туристского интереса к объекту обеспечивается несколькими факторами: хорошей

© Мышлявцева С.Э., Брюхова В.В., Дружинина Ю.А., Воронцова Ю.В., Мельников М.А., Мыльников В.Е., Останин В.С., Смирнов В.Е., 2021

Мышлявцева Светлана Эдуардовна,

к. геогр. н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ПГНИУ);
mushl_sve@mail.ru

Брюхова Валентина Александровна,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
valyabryuhova@mail.ru

Дружинина Юлия Алексеевна,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
casaddams@mail.ru

Воронцова Юлия Владиславовна
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
julia_kinder_1998@mail.ru

Мельников Михаил Алексеевич,

магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
swedish123@yandex.ru

Мыльников Владислав Евгеньевич,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
mylnikov.1998@inbox.ru

Останин Вячеслав Сергеевич,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
slava.ostanin.2016@mail.ru

Смирнов Владимир Евгеньевич,
магистрант кафедры туризма, ПГНИУ;
smive98@mail.ru

транспортной доступностью, широкой представленностью информации в Интернет, наличием сформированного туристского предложения со стороны региональных туроператоров и гидов-фрилансеров, а также работой «сарафанного радио».

Туристское освоение объекта имеет давнюю историю. Каменный город более 40 лет является местом проведения соревнований, слетов, тренировок альпинистов и скалолазов, а в последние двадцать происходят серьезные количественные и качественные изменения потока посетителей [3]. Интересные наблюдения эволюции туристского интереса к изучаемому объекту представлены в статье С.Б. Мичурина, П.С. Мичуриной. С 1997 года по настоящее время авторы выявили четыре периода. Выделение каждого определялось по скачку посещаемости. Согласно их экспертной оценке в конце 90-х, средняя посещаемость оценивалась в 270 чел. в год, к настоящему времени она возросла до 20,6 тыс. чел. в год [2].

Несмотря на такой повышенный интерес к объекту, до настоящего времени не проводились систематические наблюдения за туристским потоком в Каменный город. Вместе с тем проведение таких работ необходимо по некоторым основаниям. С одной стороны, потребность в результатах исследования есть у дирекции ООПТ Пермского края, в управлении которой находится подведомственная территория. Дирекция ООПТ Пермского края является ответственным за сохранность природных комплексов объекта, а также отвечает за реализацию проектов рекреационного обустройства территории. С другой стороны, результаты могут быть интересны туристскому бизнесу, рассматривающему прилегающие территории как место реализации инвестиционных проектов по созданию туристской инфраструктуры. Помимо этого, существует еще один — исследовательский интерес к оценке реально идущих процессов в туристской сфере региона.

Материал и методика. Работа по мониторингу потока посетителей Каменного города проводилась в три этапа — подготовительный, полевой, камеральный.

В рамках подготовительного этапа была разработана анкета для проведения опроса посетителей, включающая 10 вопросов закрытого типа. Цель проведения опроса — выявить особенности турпотока (кто и каким образом приезжает в Каменный город) и узнать о впечатлениях посетителей после пребывания на природной территории. Важными также являются вопросы о желаемом благоустройстве территории, непосредственно прилегающей к Каменному городу, и о введении

АНКЕТА

- 1) Знаете ли Вы, что находитесь в природном парке «Пермский»?
 - Да
 - Нет
- 2) Как организован Ваш отдых?
 - Самостоятельно
 - Организовано (с турфирмой, другое)
- 2.2) Название компании, с которой приехали?
 - Белый камень
 - Другой маршрут
 - Затерянный мир
 - Зеленый ветер
 - Золотой компас
 - Пермский центр отдыха и туризма
 - Солана
 - NordUral
 - Другое: _____
- 3) Вы путешествуете:
 - Один
 - С семьей (включая детей, укажите возраст _____)
 - С семьей (без детей)
 - С друзьями
- 4) Сколько раз Вы были в Каменном городе?
 - первый раз
 - 1–2 раза
 - 3 и более
- 5) Укажите населенный пункт, в котором Вы проживаете:
 - Пермь
 - Другое: _____
- 6) Чего вам не хватает для комфортного пребывания в природном парке?
 - Информационный центр (сувениры, экскурсии, информационные буклеты)
 - Туалет
 - Кафе
 - Кемпинг
 - Мусорные баки
 - Лавочки, столы, беседки
 - Организованные зоны для костра
 - Парковка
 - Оборудованная тропа (перила, лестница, деревянные настилы)
 - Другое: _____
- 7) Как Вы относитесь к введению входной платы (100–200 руб.) после благоустройства территории?
 - Положительно
 - Отрицательно
- 8) Планируете ли посетить природный парк снова?
 - Да
 - Нет
- 9) Порекомендуете ли это место к посещению друзьям, знакомым?
 - Да
 - Нет
- 10) Ваш год рождения: _____
- 11) Ваш пол: _____

Рис. 1. Образец анкеты для проведения опроса посетителей Каменного города

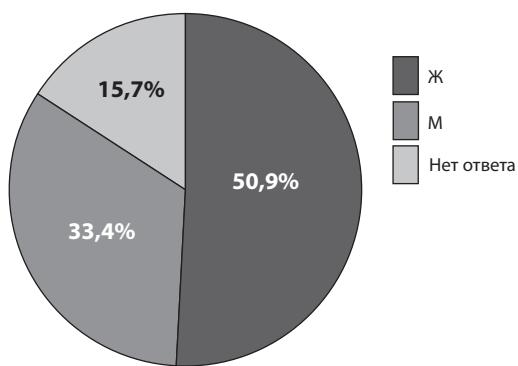


Рис. 2. Пол респондентов

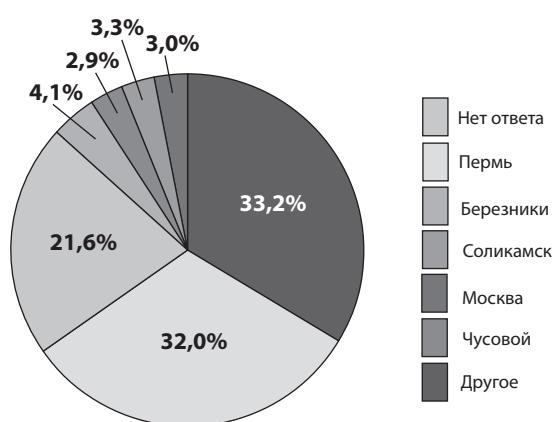


Рис. 3. Пункты прибытия

входной платы при условии благоустройства территории.

Было осуществлено три полевых выезда, все они приурочены к выходным дням: 22–23 мая, 29–30 мая и 5 июня. За 5 дней поток посетителей составил 1800 человек. В опросе приняли участие 1502 человека.

Камеральный этап включал обработку результатов полевого этапа, а также подготовку отчета по результатам работы. Данные с анкет были обработаны с помощью сервиса Google Forms.

Результаты и обсуждение. Всего в опросе приняли участие 1502 человека. Многие респонденты ответили только на часть вопросов, которые включала анкета.

Большинство респондентов, указавших пол, — женщины, мужчин в два раза меньше. Половина респондентов не указали свой пол.

Большинство респондентов, посетивших Каменный город, — это люди в возрасте 31–55 лет. Анализ данных показал, что определенная возрастная зависимость при посещении Каменного города отсутствует. Каменный город интересен разным возрастным категориям (дошкольники 0–6 лет, школьники 7–17 лет, молодежь 18–30 лет, взрослые 31–55 лет, люди старшего возраста 56–61 лет).

Каменный город для посещения подойдет абсолютно любой возрастной категории.

Люди в возрасте 18–30, как правило, приезжали в составе организованных групп. Стоит отметить, что самой эмоциональной возрастной группой были туристы старшего возраста: они делились впечатлениями, восхищенно отзывались о природном объекте.

Примерно треть респондентов прибыли в Каменный город из Перми, доля других городов составляет менее 5%.

На рис. 3 представлено распределение респондентов по населенным пунктам, в которых они проживают. Многие посетители Каменного города, принявшие участие в опросе, прибыли из городов Пермского края (Пермь, Березники, Соликамск, Чусовой, Кунгур, Звездный, Губаха) и соседних регионов (Свердловской и Кировской областей, Удмуртской Республики).

Есть респонденты, прибывшие на экскурсию из Центральной России, это жители Ярославской, Нижегородской, Костромской, Тверской, Вологодской, Липецкой областей.

Среди других субъектов можно выделить Омскую, Тюменскую, Новосибирскую Ростовскую, Сахалинскую области; Ставропольский Краснодарский, Красноярский края; республики — Татарстан и Чувашская. Распределение респондентов по населенным пунктам, в которых они постоянно проживают, приведено в табл. 1.

Более половины посетителей Каменного города, принявшие участие в опросе, знают, что находятся в природном парке «Пермский». Многие отметили, что узнали об этом от экскурсвода или при прочтении информации на информационных аншлагах. Среди всех ответивших на этот вопрос (997 человек) доля посетителей, знающих о пребывании на ООПТ, составляет более 80 %.

Среди респондентов, ответивших на вопрос «Как организован Ваш отдых», преобладают те, кто организовал свой отдых самостоятельно. Стоит отметить, что чаще самостоятельно организуют отдых большие семьи или большие компании близких знакомых и друзей.

Люди, посетившие природный объект в составе организованной группы, воспользовались услугами туроператоров, частных гидов. Также были организованы корпоративные выезды с целью посещения Каменного города («Почта России», «Инкар» и др.). Некоторые респонденты нашли единомышленников в социальных сетях и отправились на экскурсию вместе с ними.

Охват туристского рынка в Каменном Городе представлен преимущественно региональными туроператорами, такими как «Солана»,



Рис. 4. Распределение респондентов по населенным пунктам

«Золотой Компас» и др. Встречаются и туроператоры из других регионов, но в силу большого расстояния, они не представлены масово. Многие из респондентов не запомнили названия туроператорства, в котором приобрели тур.

Более 1/4 опрошенных (399 респондентов) путешествуют с друзьями. Почти одинаковое количество респондентов путешествуют с семьей. Общая доля «семейных посетителей» — 35,9%; среди них семьи без детей (18,4%) и семьи с детьми до 18 лет (17,5%). Более трети респондентов не дали ответа на этот вопрос.

Почти 45% респондентов были в Каменном городе ранее. На втором месте — респонденты, которые были в Каменном городе 3 раза и более. На третьем месте — респонденты, посетившие природный объект 1–2 раза, их доля составляет 9,1% (136 человек).

Зависимость количества посещений природного объекта от места проживания респондентов четко не прослеживается. Жители других регионов, особенно удаленных (г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Тюмень, г. Красноярск, г. Ярославль), впервые посетили Каменный город. Многие из жителей соседних регионов Пермского края, а также и самого Пермского края также посещали объект впервые. Среди тех, кто посещал природный объект три и более раз можно выделить гидов-экскурсоводов, местных жителей (п. Усьва, г. Губаха, п. Шумихинский, п. Юбилейный) и тех, кто ранее проживал в окрестностях Каменного города и сейчас приезжают с ностальгией.

Одной из целей проводимого опроса, было узнать мнение респондентов о необходимости благоустройства территории. Этот вопрос является достаточно сложным для решения так

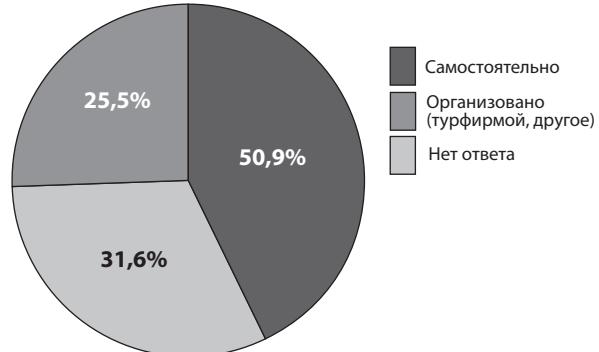


Рис. 5. Как организован Ваш отдых?

Название компании, с которой прибыл посетитель



Рис. 6. Название компании — организатора тура

как с одной стороны сохранение объекта в естественном состоянии это одна из первостепенных целей, с другой стороны объект посещают все больше людей и потребности посетителей уже нельзя игнорировать.

Таблица 1

**Распределение респондентов по населенным пунктам
(составлено авторами)**

Населенный пункт	Кол-во респондентов	Населенный пункт	Кол-во респондентов
Пермь	481	Усьва	3
Березники	61	Чернушка	3
Соликамск	49	Кисловодск	3
Москва	45	Ставрополь	3
Чусовой	43	Сараны	3
Кунгур	33	Тюмень	3
Ижевск	32	Кизел	3
Звездный	31	Сива	3
Екатеринбург	33	Переяславль	2
Губаха	26	Чермоз	2
Серов	21	Липецк	2
Нижний Тагил	18	Барда	2
Ярославль	16	Пенза	2
Киров	16	Краснодар	2
Орда	15	Усолье	2
Нытва	14	Новосибирск	2
Горнозаводск	11	Губдор	2
Игра	11	Ирбит	2
Воткинск	9	Брянск	2
Лысьва	9	Красноярск	2
Нижний Новгород	8	Куеда	2
Добрянка	7	Сосьва	2
Чайковский	7	Березово	2
Омск	6	Верещагино	2
Набережные Челны	6	Первоуральск	2
Кез	6	Александровск	2
Октябрьский	6	Тула	1
Кострома	5	Владимир	1
Гремячинск	5	Юра	1
Полазна	5	Белгород	1
Санкт-Петербург	5	Орехово-Зуево	1
Бершеть	5	Ростов-на-Дону	1
Яйва	5	Пятигорск	1
Краснокамск	5	Чусовая	1
Тверь	4	Ферма	1
Новоуральск	4	Гамово	1
Коса	4	Качканар	1
Юбилейный	4	Фролы	1
Сылва	4	Троица	1
Глазов	4	Ноябрьск	1
Горный	4	Чебоксары	1
Оханск	4	Вятка	1
Нижняя Тура	4	Южно-Сахалинск	1
Ляри	4	Вологда	1
Гайны	4	Кемерово	1

В ходе опроса было выяснено, что для комфорtnого пребывания в природном парке необходимо решение туалетного вопроса. Ответ на этот вопрос был одним из самых единодушных.

Второе место по количеству ответов занимает предложенный в анкете вариант «мусорные баки». При этом мнения посетителей разделились: одни считают, что мусорные баки помогут поддерживать чистоту в природном

Чего вам не хватает для комфортного пребывания в природном парке?

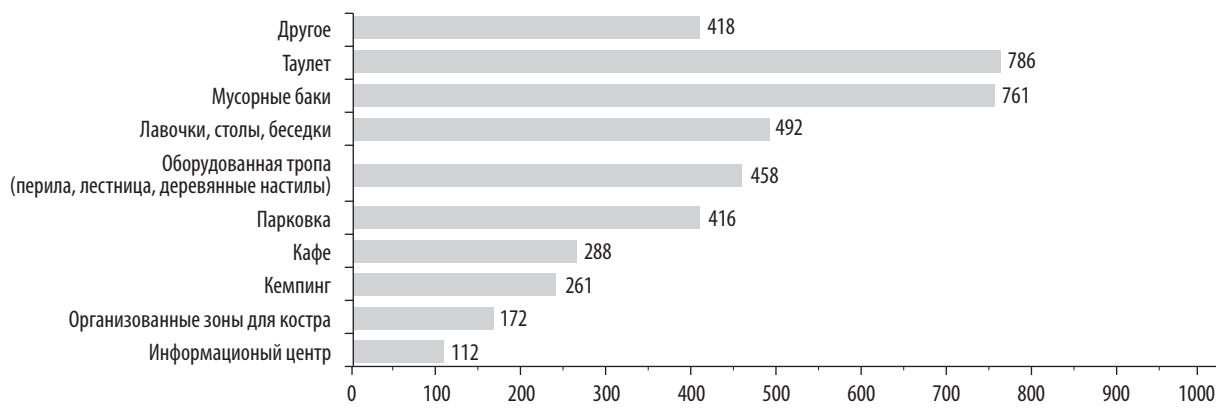


Рис. 7. Потребности в инфраструктуре

парке, другие, наоборот, опасаются, что территория будет еще сильнее замусорена.

Среди предпочтений посетителей также наличие мест отдыха (лавочки, столы, беседки). При этом респонденты отмечают, что по маршруту и в самом Каменном городе необходимо установить лавочки для комфортного пребывания пожилых людей и посетителям с маленькими детьми.

Помимо этого, респонденты отметили, что необходим ремонт деревянного настила. Некоторым тропа показалась узкой: посетители предлагают её расширить.

Достаточное количество откликов получил вариант «другое». Наиболее часто встречались предложения о создании навигации на тропе и в Каменном городе (указатели; стенды/таблички, содержащие информацию о камнях). Некоторые респонденты отметили, что интересно было бы дать названия улицам Каменного города. Посетители считают, что в начале тропы необходимы киоски, где можно приобрести выпечку, горячие напитки, питьевую воду, сувениры и репелленты.

Менее всего посетители хотят видеть в парке зоны для костра и информационный центр.

Более половины респондентов относятся положительно к введению входной платы после благоустройства. Число респондентов, которые относятся отрицательно к введению входной платы, составляет 180 человек (из 939 ответивших на этот вопрос). Против введения входной платы чаще всего посетители из близлежащих населенных пунктов: это можно связать с тем, что они посещают природный объект чаще других и потому входная плата для них может оказаться сдерживающим фактором для дальнейших посещений. Некоторые респонденты отметили, что необходимо ввести входную плату в меньшем размере (50 руб.) или предусмотреть специальные тарифы (семейный, для льготных категорий и др.) Почти 40 % опрошенных не дали ответа.

Как вы относитесь к введению входной платы (100-200 руб.) после благоустройства территории?

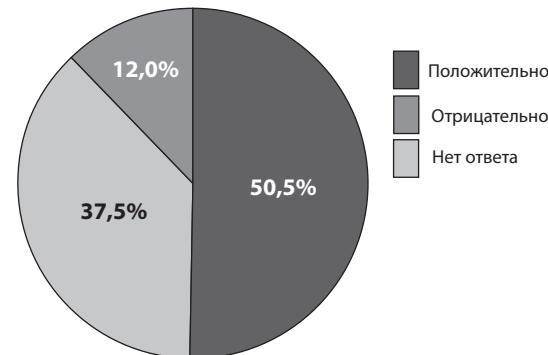


Рис. 8. Отношение к входной плате

Порекомендуете ли это место друзьям, знакомым?

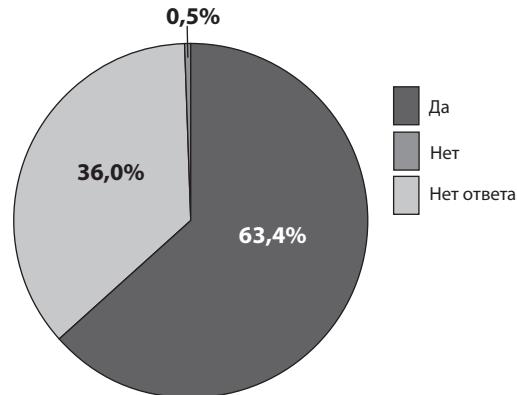


Рис. 9. Желаете ли вы вновь посетить парк «Пермский»?

Большинство респондентов планируют посетить природный парк «Пермский» вновь, при этом более 60% опрошенных порекомендуют место к посещению друзьям и знакомым. Нежелание посещать природный парк повторно чаще всего связано с удаленностью от места проживания.

Во время полевых выездов также осуществлялся мониторинг состояния стихийно образованной автостоянки. Она расположена напротив тропы, ведущей в Каменный

Таблица 2

**Заполненность парковки автотранспортом
(составлено авторами)**

Дата	Время	Количество легковых автомобилей (ед.)	Количество микроавтобусов (ед.)	Количество автобусов (ед.)	Итого (ед.)
22.05.2021	12:00	8	3	1	14
	14:00	9	5	1	15
	16:00	8	4	-	12
23.05.2021	12:00	23	1	-	24
	14:00	18	2	1	21
	16:00	16	2	1	19
29.05.2021	12:00	22	2	2	26
	14:00	25	2	2	29
	16:00	19	1	1	21
30.05.2021	12:00	7	1	-	8
	14:00	13	1	1	15
	16:00	11	2	1	14
05.06.2021	12:00	51	3	-	54
	14:00	54	4	2	60
	16:00	37	3	1	41

Таблица 3

Погодные условия [1]

Дата	Погодные условия				
	температура, °C	давление, мм рт. ст.	облачность	явления	ветер, м/с
22.05.2021	+17	747	пасмурно	дождь	Ю 1
23.05.2021	+20	748	ясно	-	Ю 2
29.05.2021	+24	741	пасмурно	-	Ю3 1
30.05.2021	+10	740	пасмурно	дождь, туман*	С3 2
05.06.2021	+23	752	ясно	-	С3 2

* указано по факту пребывания на месте

город, т. е. справа от автомобильной дороги по направлению в п. Шумихинский.

Стихийно образованная стоянка не имеет твердого покрытия, что делает её малодоступной при неблагоприятных погодных условиях. Автомобили, как правило, припаркованы в хаотичном порядке: на обочине дороги (что затрудняет движение автотранспорта), на утрамбованном грунте у дороги и на полевых участках природы (рис. 11–13).

Помимо этого, отсутствие организованной автостоянки подвергает посетителей Каменного города опасности при посадке/высадке из транспортного средства, а также делает труднодоступным проезд и парковку крупногабаритного транспорта (например, автобуса).

Другой проблемой является отсутствие шлагбаума и знака «Движение запрещено» в области тропы, ведущей непосредственно в Каменный город. Часто посетители оставляют свое транспортное средство на территории

особо охраняемой территории либо передвигаются на нем вплоть до исходного пункта (рис. 13).

Состояние стихийно организованной автостоянки подтверждает, что Каменный город — посещаемый объект. Ниже представлены данные о количестве транспортных средств на стоянке (табл. 2).

Наибольшая концентрация транспортных средств наблюдается в обеденное время. При этом число транспортных средств постепенно увеличивалось, за исключением 30.05.2021, что можно связать неблагоприятными погодными условиями — ливень и резкое похолодание (температура воздуха равна +10°C).

Например, в первый день наблюдения (22.05.2021) в 14:00 на автостоянке находилось 15 транспортных средств (из них автобусов — 1, микроавтобусов — 5), в это же время 5.06.2021 наблюдалось 60 транспортных средств (из них автобусов — 2,



Рис 11. Стихийно образованная автостоянка вблизи Каменного города



Рис 12. Автобусная стоянка вблизи Каменного города

микроавтобусов — 4). В целом, высока доля легковых автомобилей. Транспортных средств в основном прибывают на место к 12:00–14:00, а убывают из Каменного города около 16:00 часов и позднее. Вероятно, к 12:00 прибывают посетили, целью поездки которых является только Каменный город либо этот природный объект является первым для посещения в этот день. К 14:00 чаще прибывают туристы, посетившие Усьвинские столбы или иные объекты, расположенные недалеко от Каменного города.

Таким образом, проведенное исследование показало, что Каменный город является привлекательным туристским объектом общероссийского уровня и необходимость в создании благоустройства на непосредственно прилегающей к нем террритории не просто желательна, она необходима.

Библиографический список

1. Дневник погоды в г. Губаха за май-июнь 2021 года. Электронный ресурс. URL: <https://www.gismeteo.ru/diary/11779/2021/6/> (дата обращения: 13.06.2021).



Рис. 13. Транспортные средства на территории ООПТ.

2. Мичурин С.Б., Мичуринка П.С. Урочище Каменный город: негативный опыт новейшего туристского освоения (постановка проблемы) // География и туризм (Geography and Tourism). 2020. Вып. 2. С. 116–121.

3. Мышилявцева С.Э., Овчинникова Е.Н., Морозова С.М. Природный парк «Пермский» — самая молодая региональная ООПТ // Экологическая безопасность в условиях антропогенной трансформации природной среды. Сборник материалов всероссийской школы-семинара, посвященной памяти Н.Ф. Реймерса и Ф.Р. Штильмарка. Пермь, 2021. С. 66–69.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОННЫХ МАРШРУТОВ В СТЕПНЫХ ЛАНДШАФТАХ

В статье рассматриваются естественные степные ландшафты как перспективный ресурс для организации конных туристских маршрутов. Конный туризм как дисциплина спортивного туризма является разновидностью туризма экологического, при этом степные территории имеют свои преимущества для его развития. В статье приведена характеристика рекреационного значения степных территорий в сравнении с горными и лесными ландшафтами; описаны преимущества и недостатки передвижения верхом на лошади по туристическому маршруту с позиции экосистемы и человека. Наиболее оптимальным ареалом для организации конных маршрутов видится территория природных парков степного региона. Автор изучает позитивный и негативный опыт организации конно-верховых маршрутов на ООПТ: национальный природный парк «Голосеевский», Ялтинский горнолесной природный заповедник, государственный природный биосферный заповедник «Ростовский», составляет перечень региональных степных ООПТ, называет породы лошадей подходящих для организации конных походов в степных ландшафтах.

Ключевые слова: *степное природопользование, конный туризм, спортивный туризм, экологический туризм, степные ландшафты.*

Shaifullin Maxim Rafaelevich

Volgograd State University

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF EQUESTRIAN AND TOURIST ROUTES IN STEPPE LANDSCAPES

The article considers natural steppelandscapes as a promising resource for organizing equestrian tourist routes. Equestrian tourism as a discipline of sports tourism is a kind of ecological tourism, while steppe territories have their own advantages for its development. The article describes the characteristics of the recreational value of steppe territories in comparison with mountain and forestlandscapes; describes the advantages and disadvantages of traveling on horseback along a tourist route from the perspective of the ecosystem and man. The most optimal area for organizing equestrian routes is the territory of natural parks of the steppe region. The author studies the positive and negative experience of organizing horse-riding routes in protected areas: the national nature Park «Goloseevsky», the Yalta mountain Forest Nature Reserve, the state natural biosphere reserve «Rostov», makes a list of regional steppe protected areas, names horse breeds suitable for organizing horse hikes in steppelandscapes.

Keywords: *steppe nature management, equestrian tourism, sports tourism, ecological tourism, steppe landscapes.*

Введение. Целью данной статьи является рассмотрение привлекательности степных ландшафтов для организации конного туризма как разновидности рекреационного природопользования. Так как естественные степные

экосистемы сохранились главным образом в ООПТ, то изучается экологический туризм в ООПТ различного ранга, анализируются как положительные, так и негативные последствия пребывания группы туристов-конников на ООПТ различного статуса, из чего в последствии делается вывод о наиболее приемлемых типов ООПТ для организации конноспортивных экологических маршрутов. Изучаются также особенности организации и проведения конноспортивных походов в степных ландшафтах.

Методы. В основе работы лежит изучение, анализ материалов по природным условиям степей, их рекреационной ценности, материалов по рекреационной географии и туризму, рекреационному природопользованию, работ по охране природы, коневодству, а также опыт участия в спортивных походах, на основе чего проведён синтез знаний из различных областей и выявлены особенности организации конного туризма на степных ландшафтах, как компонента спортивного экологического туризма.

Обсуждение результатов. Наиболее распространённые и посещаемые туристами места располагаются в горной, приморской, лесной местности (в т.ч. пойменные леса). Степные ландшафты охвачены туристической деятельностью в разы меньше. Любая местность оказывает на рекреанта определённое воздействие, одаривает его суммой эмоций и впечатлений, имеет свой образ. Образ — сумма эмоций, которую ощущает зритель от произведения. Это определение известного советского скульптора В.И. Мухиной, применимо и к экосистемам. В чём же заключается особенность образа степных экосистем? По выражению В.Г. Мордковича, степь обладает «холерическим темпераментом» [8].

Степь зрительно — открытое пространство, то освещённое ярким светом, то пасмурно бледное. Покрытое снегом, или мерцающее бурными потоками талой воды. Под дождём проливным или моросящим, от чего почва становится набухшей, аспидно-чёрной; или засушливая, от чего почва серая, пылеватая, в трещинах. Неспокойен и травостой. Мельтешит непрерывно перед глазами. То играет волнами, то недвижим. Трава то густая, то разреженная, насыщена зеленью, пестрит палигрой цветов; или жёлтая, мертвенно бледная. И всё это может меняться в течение недели, а то и меньше.

На слух степь — оркестр контрастов. Это ощущение сильных, резких движений воздуха, часто чередующихся с периодами мёртвой тишины. Мягкий шум дождя, свистящий ветер, стук града о землю, звук раскатистой грозы и ещё десяток впечатлений от погоды дарит степь слушателю всего за несколько минут. Трава в степи, мягко шелестящая на ветру сегодня, уже завтра может ревматически хрустеть ломкими стеблями, а послезавтра отзываться сухим жёстким шорохом. Часами поют птицы и стрекочут насекомые.

Осязательно степная экосистема неспокойна, порывиста. Степь — это ветер, то сухой и горячий, то горячий и влажный — душный, то влажный и холодный — пронизывающий. Это пыль на лице, зубах, коже или ощущение необычайной чистоты; это омовение дождя;

это гладящая ласка солнечных лучей или их же злобный ожог. Даже скучная в плане эмоций почва даёт контрастные ощущения. Она воспринимается весной как липкое мажущееся холодное месиво, как сухая шершавая циновка в июне или тёплая влажная губка в середине лета, как обволакивающий пылеватый тальк или холодный и колдобыстый цемент осенью.

Запахи. Шалфейные, тимьянные, полынnyе, с тысячами оттенков и переходов ароматы степи неповторимы и незабываемы своим причудливым переплетением в струях порывистого степного ветра.

Количество и пестрота ощущений в лесу или пустыне несравненно беднее, чем в степи. В самом интегральном выражении всю гамму пережитых в степи ощущений можно свести к четырём эффектам. Первый — очень большая амплитудность явлений, второй — резкая контрастность, третий — высокая частотность и, наконец, четвёртый — их аритмия. Амплитудность — разница между крайними значениями экологических факторов при их колебаниях. Контрастность выражается в отсутствии постепенности переходов от одного крайнего качественного состояния экосистемы к другому. Контрастность выражается в отсутствии постепенности переходов от одного крайнего качественного состояния экосистемы к другому. Экологическая частотность — абсолютное количество экологических ситуаций, приходящихся на единицу времени. Экологическая аритмия — неравномерное чередование фаз с высокой частотностью и периодов покоя или вялости [8].

Неуравновешенность степного климата выражается на всех природных компонентах степных ландшафтов. Для степи характерна резкая выраженность времён года, что делает её интересной для круглогодичного туризма. Зима — холодная, ветреная (ветра порывисты и сильны), малоснежная. В западной части снежный покров неустойчив из-за частных оттепелей. Продолжительность периода отрицательных температур варьируется от 71 до 131 дня от Луганска до Оренбурга. Мощность снега — от 10 см до 30 см от юга Украины до Заволжья и Казахстана. Характерное явление степной зимы — метель, переходящая при особенно сильном ветре и морозе в буран. Количество метелей возрастает с запада на восток, особенно за Волгой и Уралом. Так, в степях Оренбуржья и северного Казахстана в среднем 25–40 дней с метелью в год. Метели сменяются долгой ясной погодой.

Весна наступает резко, снег сходит быстро. Морозное утро в мае или сентябре может смениться жарким днём. В июльский день за 2–3 часа почва может нагреться на 20°С.

Таблица

Региональные степные ООПТ

Название	Регион	Площадь(га)	Доля степей
ПРИРОДНЫЕ ПАРКИ			
Аргут	Республика Алтай	20500	<10%
Ая	Алтайский край	1109	<10%
Бамб Цецг	Республика Калмыкия	529	>25%
Волго-Ахтубинское междуречье	Республика Калмыкия	4323	<10%
Донской	Ростовская область	40955	>25%
Донской	Волгоградская область	17600	>25%
Кандры-Куль	Республика Башкортостан	8500	>25%
Мурадымовское ущелье	Республика Башкортостан	23586	<10%
Нижнекопёрский	Волгоградская область	231206	>25%
Ровенский	Белгородская область	1300	>25%
Укок	Республика Алтай	254000	>25%
Усть-Медведицкий	Волгоградская область	51200	<10%
Уч Энмек	Республика Алтай	65000	>25%
Цимлянские пески	Волгоградская область	66951	>25%
Щербаковский	Волгоградская область	20000	>25%
Эльтонский	Волгоградская область	132000	>25%

В Евразийских степях за год наблюдается четыре типа климатического режима:

- Зимой — арктический;
- В начале весны — климат тундры, переходящий в режим лесной зоны;
- Летом — степной;
- Во время суховеев — пустынный.

Чередование и взаимодействие климатических режимов обуславливает частую смену экологической ситуации, делает зону степей самой переменчивой и разнообразной среди ландшафтных зон Евразии, и оттого интересной для посещения в целях рекреации и туризма [13].

Климатическое и растительное разнообразие оказывает мощный психоэмоциональный эффект. Низкие показатели относительной влажности воздуха благоприятны для широкого круга рекреационных и оздоровительных мероприятий, стимулируется активное потоотделение, происходит очистка организма [3].

Степные ландшафты, столь невостребованные в туристской деятельности, имеют привлекательный вид и уникальность воздействия на рекреанта. На фоне рекреационных перспектив степных территорий и на волне популяризации экологического туризма, включая его активные формы, стоит рассмотреть конный туризм как разновидность активного экологического туризма применительно к степным территориям, в особенности на степных ООПТ.

Конный туризм — одна из форм спортивного туризма, особенность которой состоит в прохождении маршрута верхом на лошади

или на упряжи. Федерация спортивного туризма России (ФСТР), официально включившая конный туризм в одну из дисциплин спортивного туризма, к конному туризму причисляет походы с использованием в качестве транспорта и других видов животных: ездовых собак, верблюдов, мулов, ослов и пр. [7]. Однако в этой статье конный туризм рассматривается исключительно как передвижение по маршруту верхом на лошади.

Степь особенно удобна для конного туризма. Открытые пространства степных ландшафтов, небольшие перепады высот рельефа позволяют проводить походы с обилием резвых аллюров, так как сложность передвижения по маршрутам в степи относительно невелика, особенно в сравнении с горами, а обзор различных препятствий обширней. Организация стоянок и остановок упрощается, так как имеется возможность выпаса лошадей вблизи стоянок, что уменьшает нагрузку на организацию кормёжки лошадей, позволяет брать меньшее количество сухих кормов либо полностью отказаться от них. Большой обзор территории позволяет лучше и проще следить за лошадьми на выпасе, если лошадь убежит, то найти её становится проще. Открытые пространства позволяют издали заметить приближающуюся угрозу для человека и коня, или заметить потенциальный фактор испуга лошади и предпринять меры во избежание контакта либо подготовить лошадь и всадника для встречи и минимизировать потенциальные негативные последствия. Надо помнить, что лошадь по природе животное пугливое,

страх и ужас провоцируют лошадь на неконтролируемый бег, если лошадь под всадником, то она может его понести, также паника одной лошади может передаться и другим. В этом смысле проведение конных походов в степной местности более безопасно и менее травмоопасно.

Передвижение верхом на лошади по туристическому маршруту имеет ряд преимуществ, в сравнении с другими способами:

1. Снижение физической нагрузки, особенно ног, при общем тонусе всего организма.
2. Общение с лошадью, обладающее психотерапевтическим эффектом.
3. Улучшение «климата» в группе благодаря единому ритму движения.
4. Увеличение скорости, мобильности и проходимости группы.
5. Возможность осмотра удалённых районов.
6. Новый ракурс во взгляде на окружающую территорию, лучший обзор.
7. Относительно бесшумное передвижение (в сравнении с автомобилем) — позволяет ближе познакомиться с представителями фауны и меньше тревожить их.
8. Более лёгкое восприятие информации в следствии отсутствия перегрузок.
9. Меньший экологический след от группы (в сравнении с другими видами транспорта).

Также стоит учитывать, что не на всякой местности, пусть даже и степной, возможно организовать конно-туристический маршрут. Имеются факторы, ограничивающие организацию конных маршрутов:

1. Болотистая, топкая местность.
2. Скальные и сильнокаменистые участки пути.
3. Крутые склоны.
4. Густой лес.
5. Обилие кровососущих и жалящих насекомых.
6. Недостаток питьевой воды или зелёных кормов.
7. Заразные заболевания лошадей в районе путешествия.

Ездой верхом может заниматься только физически и психически здоровый человек. Нужны базовые умения и навыки работы с лошадью. В современном технократическом обществе утеряно само понимание «лошадь», поэтому требуется предварительное обучение в сравнительно короткий срок, что не каждому желающему посильно [11].

Поэтому массовым конный туризм быть не может, но для ООПТ это возможно является и плюсом. Все виды туризма вредны для природных ландшафтов, можно говорить лишь о том, какой вид туризма наносит больший

или меньший вред вмещающим природным системам. Поэтому стоит рассмотреть негативные последствия конного туризма на ООПТ.

Анализ конных маршрутов в Ялтинском горно-лесном заповеднике и национальном парке Голосеевский, проведённый В.Е. Борейко, показал, какой вред наносится заповедной природе группами туристов-всадников [2]. Конные экскурсии способствуют эрозии почвы, так как лошади своими копытами, особенно на склонах, сбивают и перемещают почву. В национальном парке Голосеевский имеются места, где за несколько лет, благодаря катанию на лошадях, образовались выбоины в земле до 20–30 см глубиной. В Ялтинском горно-лесном заповеднике конная тропа расширяется в ширь за счёт уничтоженной копытами растительности, в некоторых местах ширина конного маршрута доходит до 40 м. Кроме этого конные маршруты постоянно перепачканы конским помётом, распространяющим паразитов, а также использование лошадей способствует заносу на заповедную территорию сорняков.

Никакой туризм, в любых его формах немыслим в заповедниках, ибо он противоречит основным целям и задачам создания и существования заповедников. Все научные исследования говорят о губительном действии туризма на заповедные экосистемы [2].

На 4-ом Всемирном конгрессе охраняемых природных территорий говорилось, что можно выделить следующие типы негативного воздействия экотуризма на ООПТ:

- на геологическое строение, минералы и ископаемые;
- на почву (разрушительное присутствие человека, например, вождение машин вне дороги);
- на водные ресурсы;
- на растительность;
- на животный мир (туризм является опасным источником загрязнения и разрушения естественных ареалов дикой фауны);
- на санитарное состояние территории;
- эстетическое воздействие на ландшафт;
- на культурную среду региона [10].

Согласно ст. 7 ФЗ «Об особых охраняемых природных территориях» на государственные природные заповедники возлагаются следующие задачи:

а) осуществление охраны природных территорий в целях сохранения биологического разнообразия и поддержания в естественном состоянии охраняемых природных комплексов и объектов;

б) организация и проведение научных исследований, включая ведение Летописи природы;

- в) осуществление экологического мониторинга в рамках общегосударственной системы мониторинга окружающей природной среды;
- г) экологическое просвещение;
- д) участие в государственной экологической экспертизе проектов и схем размещения хозяйственных и иных объектов;
- е) содействие в подготовке научных кадров и специалистов в области охраны окружающей природной среды [9].

Организация и проведение туризма не входят в задачи российских заповедных территорий, в ФЗ «Об особо охраняемых ...» о развитии туризма на территории заповедников не упоминается, указано лишь о ведении эколого-просветительской работы.

В научной среде развитие туризма на заповедных территориях воспринимается неоднозначно. Так, Н.Ф. Реймерс, В.Е. Соколов, Ф.Р. Штильмарк, В.Е. Борейко и другие сторонники классического принципа неприкосновенности заповедников говорят о том, что туризм:

- Противоречит целям организации заповедников;
- Нарушает естественные процессы;
- Наносит непоправимый ущерб природным комплексам заповедников [1].

Основоположники заповедного дела — И.П. Бородин, Г.А. Кожевников, А.П. Семёнов-Тян-Шанский, Г.Ф. Морозов, В.Н. Сукачёв изначально были против развития туризма в заповедниках [1].

Несколько по-иному устроены природные парки. Природный парк имеет статус ООПТ регионального значения, что для экологического туризма является плюсом, так как допустимо подвергать территорию рекреационной нагрузке (в ограниченных количествах). Экосистемы природных парков важны и ценные, но всё же не так, как экосистемы заповедников. Поэтому вполне допустимо перенаправить потоки туристов с заповедников на природные парки, спасая наиболее ценные биорезерваты планеты.

Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» определяет следующие задачи природных парков (ст. 18 п. 3):

- а) сохранение природной среды, природных ландшафтов;
- б) создание условий для отдыха (в том числе массового) и сохранение рекреационных ресурсов;
- в) разработка и внедрение эффективных методов охраны природы и поддержание экологического баланса в условиях рекреационного использования территорий природных парков.

Наряду с сохранением природных комплексов развитие рекреации и туризма

на территории природных парков является приоритетным направлением деятельности при условии соблюдения эффективных методов охраны и поддержания экологического баланса [9].

Природные парки, перспективные для организации конного туризма сведены в таблицу.

При строгом и грамотном регулировании допустимой рекреационной нагрузки негативные экологические последствия конного туризма можно свести к минимуму. Этому будет способствовать контроль за потоками туристов, обустройство специальных линий перемещения — маршрутов, ветеринарный контроль за лошадьми во избежание распространения различных заболеваний.

Содержание лошадей на территории природных парков имеет и природоохранное значение. Степные ландшафты формировались и существовали под влиянием копытных животных. Огромные стада сайгаков, куланов, тарпанов, туров и зубров обитали в целинных степях задолго до их освоения человеком. Сейчас копытные либо истреблены (тур, тарпан, степной зубр), либо вытеснены в более аридные регионы (кулан, сайгак). В силу отсутствия выпаса на степных ООПТ происходит «олугование» степи, приобретение растительным покровом более мезофильного характера [4].

Домашняя лошадь (лат. *Equus ferus caballus*) занимает ту же экологическую нишу, что и её дикий предок — тарпан (лат. *Equus ferus ferus*), поэтому содержание лошадей в природных парках экологически приемлемо, способствует сохранению степных ландшафтов.

Положительный опыт внедрения домашней лошади в степные экосистемы взамен утраченных диких копытных имеется в государственном заповеднике «Ростовский». Там, на острове Водном в сухих дерновинно-злаковых степях обитает группа одичавших лошадей донской породы. Отмечается тенденция продуктивности растительного покрова степей под влиянием выпаса лошадей. Приблизительно установлено оптимальное число особей для территории. По мнению многих исследователей, оптимальная интенсивность выпаса предотвращает губительное накопление мёртвой массы, поддерживает баланс между синтезом растительной массы и её деструкцией, активизируется биологический круговорот в экосистеме, увеличивается биоразнообразие растительности [5, 14].

Более всего подходят для этого породы лошадей степной экологической группы:

Монгольская. Монгольские лошади — самые мелкие среди степных пород, что зависит от чрезвычайно суровых условий жизни

и низкой технике табунного коневодства в Монголии. Как лошадь кочевого быта она хорошо приспособлена для использования маловодных пастбищ и для тебенёвки. Характеризуются выносливостью при езде верхом; они свободно в течение многих дней могут проходить за сутки по 70–80 км [6].

Бурятская. Разводится преимущественно в республике Бурятия. Близка к монгольской и забайкальской породам.

Минусинская. Приурочена к району Минусинской котловины. Климат здесь сухой, лето тёплое, дождливое, а зима почти бесснежная. Как и все степные породы, минусинская лошадь разводилась табунным способом; она и сохраняет черты экстерьера,ственные степным лошадям, а также высокую приспособленность к местным условиям.

Казахская. Чрезвычайно хорошо приспособлена к суровым климатическим условиям Казахстана — жаре, засухе, летом и гололедице, буранам, морозам зимой. Под седлом и выюком казахская лошадь чрезвычайно вынослива и неутомима, способна проходить в день, питаясь только пастбищным кормом, 80–90 км. Не обладая большой резвостью на коротких дистанциях, она показывает выдающиеся результаты в пробегах на большие расстояния.

Башкирская. Башкирские лошади славились исключительной работоспособностью в дальних разъездах. Хороша башкирская лошадь и для дальних поездок верхом.

Донская. Донские лошади неприхотливы, хороши для использования под седлом и в упряжи, выносливы на длинную дистанцию.

Главное достоинство — приспособленность к степным условиям существования и вольному табунному выпасу на грубых кормах. Лошади этих пород неприхотливы в содержании, отличаются крепким здоровьем и закалкой. Отличаются выносливостью, приспособлены для длительной работы под седлом. Подобный приём также сокращает экономические издержки содержания лошадей и делает их более доступными для использования в конном туризме.

Вполне допустимо использование лошадей улучшенных типов, полученных в результате селекции с использованием чистокровных верховых, ахалтекинцев, будённовцев и др. Плюсом является сохранение приспособленности к степным условиям при улучшенных рабочих качествах. Возможно использование лошадей и других пород, если они удобны в содержании и работе, например будённовская порода, у которой высокие рабочие качества под седлом сочетаются с неприхотливостью в содержании, что объясняется присутствием большой доли примеси донской лошади.

Кобылы пород степного типа, в особенности башкирской породы, многомолочны (18–20 литров молока в сутки), что даёт возможность организовать вблизи природного парка кумысолечебницу, что принесёт парку дополнительную экономическую выгоду и дополнительный стимул для разведения лошадей [6].

Ещё одно преимущество, скажем, монгольской лошади и сходных с ней — относительно небольшие габариты, средний рост в холке — 130 см, что отлично подходит для работы под детьми и подростками, для которых пони уже мал, а лошадь ещё велика.

Заключение. Конный туризм можно рассматривать как приемлемый и даже предпочтительный вид экологического туризма в степных ландшафтах. Для заповедников конный туризм, как и любой другой неприемлем, так как противоречит основным целям и задачам заповедников, а учитывая тот факт, что степь — наиболее видоизменённая под антропогенной нагрузкой природная зона и относительно бедная на заповедники, то запрет на туризм в заповедниках здесь особенно важен. Наиболее оптимальным местом организации конных маршрутов является территория природных парков степной природной зоны. С одной стороны, в парках сохранены естественные степные ландшафты, с другой — эти ландшафты можно подвергать рекреационной нагрузке. Организация конных маршрутов именно в степных природных парках обосновывается наибольшей экологической приемлемостью пребывания на территории лошадей, уменьшением затрат на содержание поголовья и теми дополнительными положительными эффектами, которые лошади оказывают степные ландшафты, в том числе выступая заменой диких копытных животных, подвергая растительные сообщества необходимой пастбищной нагрузке.

Более всего для конного туризма среди природных парков подходят «Эльтонский» и «Цимлянские пески» на территории Волгоградской области. Их преимуществами являются наличие собственного поголовья лошадей, наличие в регионе и по соседству конных заводов и конеферм с подходящими породами (донская, будённовская), относительно развитая инфраструктура и большая плотность населения внутри и в ближних регионах, отсутствие ООПТ более высокого ранга, что исключает конкуренцию. Для конного туризма в степях также привлекательны другие природные парки Волгоградской, Ростовской, Белгородской областей и Калмыкии, здесь конный туризм неразвит. На Алтае и в Башкирии конный туризм

достаточно развит и популярен, но тяготеет он к горным областям, заповедникам и национальным паркам. Слишком большая конкуренция для природных парков.

Библиографический список

1. Байгаласов Л.В. Теория и практика заповедного дела / Л.В. Байгаласов. — Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2013. — 260 с.
2. Борейко В.Е. Троянский конь экотуризма: смерть для заповедной природы / В.Е. Борейко. — К.: Логос, 2015. — 112 с.
3. Гировка Н.Н. Рекреационные ресурсы / Н.Н. Гировка. — Нижний Новгород : ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет», 2012. — 332 с.
4. Животный мир СССР. Том третий. Зона степей / Г.Я. Бей-Биенко [и др]. — М.: Изд-во Академии наук СССР, 1950. 672 с.
5. Казьмин В.Д., Демина О.Н. Заповедная степь и табун вольных лошадей (*Equus caballus*): проблемы взаимоотношений / В.Д. Казьмин, О.Н. Демина // Бюллетень МОИП. Отдел биологии. — 2011. — Вып. 4. — С. 3–11.
6. Коневодство и конеиспользование / В.О. Витт [и др]. — М.: Изд-во «Колос», 1964. — 383 с.
7. Конный туризм [Электронный ресурс] // Федерация спортивного туризма России: URL: <https://tssr.ru/horse/> (дата обращения: 13.01.2021).
8. Мордкович В.Г. Степные экосистемы. / В.Г. Мордкович. — Новосибирск: Академическое издательство «Гео», 2014. — 170 с.
9. Об особо охраняемых природных территориях. федер. закон от 14 марта 1995 г. №33-ФЗ (с изм. и доп.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант». Источник: <https://base.garant.ru/10107990/#friends>
10. ООПТ: природа и люди. Экопросвещение и экотуризм: опыт и проблемы. М.: Экоцентр «Заповедники». 1999. 65 с.
11. Питка Я.А. Социально-рекреационные возможности конного туризма / Я.А. Питка // Научный результат. — 2015. — №2. — С. 14–21.
12. Региональные степные ООПТ [Электронный ресурс] // Сохранение степей России: URL: <http://savesteppe.org/steppe-oopt/regional-steppe-oopt> (дата обращения: 13.01.2021).
13. Чибилёв А.А. Лик степи (Эколого-географические очерки о степной зоне СССР) / А.А. Чибилёв. — Л.: Гидрометеоиздат, 1990. — 192 с.
14. Экология питания вольных лошадей (*Equus caballus*) и устойчивость степных экосистем острова Водный / В.Д. Казьмин [и др.] // Изучение и освоение морских и наземных экосистем в условиях арктического и аридного климата : материалы Междунар. науч. конф., 6–11 июня 2011 г., Ростов-на-Дону. Ростов-на-Дону : Изд-во ЮНЦ РАН, 2011. — С. 54–57.

А.Э. Митягина, А.И. Мазеина

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 911.8

ПАРКИ И ПАРКОВЫЕ ПРОСТРАНСТВА: ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, РЕКРЕАЦИОННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Эксплуатация и реконструкция функционирующих парковых пространств, проектирование новых парков должны соответствовать градостроительному регламенту, но главное эти мероприятия должны отвечать изменяющимся потребностям горожан и туристов. В статье характеризуется современное состояние, территориальная организация парков и парковых пространств города Перми. Для оценки рекреационной комфортности парков было проведено полевое исследование парков, интервьюирование посетителей, анализ отзывов, оставленных на сайтах, разработана таблица-матрица балльной оценки рекреационной комфортности парков по направлениям, оценивающим «доступность объектов» и «благоустройство территории». По результатам мониторинга были сформулированы рекомендации по улучшению рекреационной составляющей.

Ключевые слова: парки, парковые пространства, рекреационная деятельность, рекреационное использование парков.

A.E. Mityagina, A.I. Mazeina

Perm State University

PARKS AND PARK SPACES: TERRITORIAL ORGANIZATION, RECREATIONAL USE

The operation and reconstruction of functioning park spaces, the design of new parks must comply with urban planning regulations, but most importantly meet the changing needs of citizens and tourists. The article describes the current state and territorial organization of parks and park spaces of the city of Perm, their recreational use. To assess the recreational comfort of the parks, a field study of city and district parks of the city was carried out, interviews of visitors, analysis of reviews left on sites. Also a table-matrix was developed for scoring the recreational comfort of parks in areas assessing the «availability of facilities» and «improvement of the territory». Based on the monitoring results, recommendations were formulated to improve the recreational component.

Keywords: parks, park spaces, recreational activities, recreational use of parks.

Тенденцией последнего десятилетия для мегаполисов мира стала активная деятельность общественности по сохранению «зеленых» пространств городов. По мере нарастания темпов урбанизации качество жизни в крупнейших городах в большей мере определяется степенью сохранения компонентов

природной среды: в окружении «бетонных», электрических и информационных полей городов люди становятся более подвержены стрессам, появляется устойчивая усталость, нарастает агрессивность поведения и др. Социологи отмечают, что в городах с более высоким процентом зеленых насаждений, повышается уровень стрессоустойчивости населения и выше уровень удовлетворенности своей жизнью. Прослеживается психологическая зависимость «чем больше природы, тем больше счастья».

В статье представлены результаты исследования, направленного на оценку состояния и выработку рекомендаций по улучшению

© Митягина А.Э., Мазеина А.И., 2021

Митягина Анна Эрнестовна,
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский
государственный национальный исследовательский университет;
annat251071@gmail.com

Мазеина Алены Ивановна,
выпускник Пермского государственного национального
исследовательского университета;
almazeina1@mail.ru

рекреационной составляющей парков и парковых пространств г. Перми.

Парк — достаточно распространенное понятие, которое разные источники определяют в соответствии со своей спецификой. Слово «парк» происходит от латинского «parcus» — огражденное место:

- роща с аллеями;
- большой сад, роща с аллеями;
- большой сад или насаженная роща с аллеями, цветниками, водоемами [1].

Согласно гlossарию строительных терминов, «парк» пришел в русский язык в XVII в. из английского языка и первоначально означал рощу, участок леса с живописными аллеями, полянами, прудами естественных очертаний, беседками и скульптурами т.д. [4].

Парк — природно-антропогенный объект рекреационной деятельности, является частью городской экосистемы, местом для отдыха, прогулок, занятий спортом, наблюдений за живой природой (флорой и фауной) и т.д.

Согласно СП 42.13330.2016 (п.9.13), на мегаполис (население свыше 1 млн. жителей) площадь территорий парков, садов и скверов следует принимать, не менее: городских парков — 15 га; парков планировочных районов — 10 га; садов жилых районов — 3 га; скверов — 0,5 га, для условий реконструкции площадь скверов может быть меньших размеров, не менее 70 % [2].

В современной градостроительной терминологии не принято подчеркивать разницу между функциями и принципами устройства парка и сада. Садом обозначают меньшую по площади территорию, чем парк. Поэтому употребляя термин «парк», специалисты имеют в виду и городские сады, тем более что многие современные парки по своим размерам претендуют лишь на название «сад» или даже «сквер». Парк — это основное звено системы озелененных пространств города. В базе нормативной документации даётся следующее определение термина: «парки — это озелененные территории общего пользования многофункционального или специализированного направления рекреационной деятельности с развитой системой благоустройства, предназначенные для периодического массового отдыха населения» [3].

Сегодня парк является гораздо более сложным явлением, чем несколько десятилетий назад. Из всех приведенных выше определений, на наш взгляд, наиболее верным является определение «парка» в базе нормативной документации. Оно синтезирует в себе, как природную составляющую, которая является неотъемлемой частью любого парка, так и результат **человеческой деятельности** и в свою очередь парк и парковые пространства представляют собой:

- объект реальной городской среды, ориентированный на реальный социальный заказ;
- объект искусства, наделенный потенциалом для воплощения иных эстетических идеалов;
- пространство, в котором происходит динамичный процесс постоянного обновления и расширения выполняемых функций;
- объект технологии, где реализуются новейшие достижения в различных областях науки и техники;
- часть экосистемы города, обладающая очевидной ролью в обеспечении экологической устойчивости среды;
- объект для реализации новых экономических подходов, постоянно развивающийся за счет вовлечения средств частных инвесторов;
- градостроительный объект, стимулирующий новые правовые подходы к решению вопросов землепользования [4].

Условно парки можно классифицировать по:

- 1) местоположению: городские и пригородные;
- 2) величине: малые (5–20 га), средние (20–100 га), большие (более 100 га);
- 3) функциональному значению: многофункциональные (парки культуры и отдыха) и специализированные (спортивные, детские, ботанические, лечебно-оздоровительные);
- 4) природным особенностям: лесопарки, лугопарки, гидропарки, приморские парки;
- 5) по месту в архитектурно-планировочной структуре города: городские, парки жилых районов и микрорайонов;
- 6) по историко-культурному назначению: памятники садово-паркового искусства, мемориальные парки, этнографические парки, дендропарки.

В свою очередь от масштаба и территориального охвата подразделяются на две категории:

а) городские полифункциональные парки — обслуживают население всего города, отличаются большими размерами территории, предполагают благоприятные природные условия и хорошую транспортную доступность. Парки такого типа должны равномерно размещаться в городе в радиусе пешеходной доступности — 1,5–2,0 км (при участии городского транспорта — 3–4 км, метро — 6–7 км). Время, затрачиваемое на прибытие в парк, не должно превышать 20–30 мин.;

б) районные полифункциональные парки приближены к жилым районам. Минимальная площадь районного парка составляет 15 га, а радиус пешеходной доступности — 0,8–1,2 км.

Монофункциональные (специализированные) парки представляют собой разнообразные объекты по виду использования, а именно:

спортивные парки, парки-выставки, сады скульптуры, ботанические сады, зоопарки, аквапарки, мемориальные парки.

Благоустройство парков и парковых пространств должно выполнять следующие задачи: не допускать конфликта с природой и историческими ценностями; сочетать новые и старые образцы прекрасного; удовлетворять, а не подавлять материальные и духовные потребности жителей [5].

Для жизнедеятельности человека требуется не только сохраненные эталоны природы, но и структурно и эстетически организованные общественные зеленые зоны, соответствующие требованиям к организации свободного времени. Требования к городским ландшафтам разнятся у жителей центральных городских улиц и у жителей окраинных спальных районов. Было проведено исследование парков и парковых пространств города Перми, выделены зеленые зоны, определены особенности отдыха населения, выявлена степень удовлетворенности посетителей состоянием этих территорий. Зоны формируют зеленый каркас города, но они отличаются ландшафтными, культурно-историческими, архитектурными и рекреационными и другими характеристиками.

Для оценки особенностей парков нашего города и подготовки рекомендаций по организации рекреационно-парковых зон, нами было проведено полевое исследование городских районных парков города (Таблица 1), разработана таблица-матрица по выявлению **балльной оценки рекреационной комфортности парков** г. Перми.

Балльная оценка **рекреационной комфортности парков** проводилась по **направлениям, оценивающим** «доступность объектов» и «благоустройство территории».

Во-первых, доступность объектов оценивалась по следующим показателям:

- количество маршрутов общественного транспорта, останавливающихся около парка;
- наличие парковки;
- наличие навигации по парку (входные зоны, информационное сопровождение;
- создание среды для маломобильных групп граждан (оборудование пандусами).

По каждому показателю был присвоен определенный балл («0», «0,5» и «1» балл).

Во-вторых, благоустройство территории включает наличие объектов рекреационной направленности и обустройство зеленых зон. В матрице-таблице отражены баллы (в ухоженном, здоровом состоянии — «1» балл; в частично ухоженном состоянии — «0,5» баллов; в запущенном состоянии или отсутствие — «0» баллов) по каждому направлению благоустройства:

- состояние зеленых насаждений (деревьев, кустарников, цветников)
- наличие малых архитектурных форм (МАФ);
- наличие парковой мебели;
- наличие пешеходных дорожек;
- освещение;
- наличие спортивных сооружений;
- площадки для проведения массовых мероприятий;
- детские игровые площадки;
- места тихого отдыха;
- объекты общественного питания (кафе);
- наличие туалетов.

На основании сводных показателей исследования наибольший балл (14–12,5 баллов) рекреационной комфортности парков получили ЦПР им. М. Горького, ПКиО «Балатово» — 14 баллов, сад им. В.Л. Миндовского, сквер им. С.П.Дягилева — 13,5 баллов, ПКиО им. А.П. Чехова — 13 баллов, Театральный сад — 13,5, сквер им. Дягилева — 13,5, Чехова — 13, парк ПКиО Кировского района — 12,5. Данные парки обладают максимально полным набором составляющих благоустройства парков и парковых пространств и наилучшей доступностью.

В следующую группу попали парки с высоким баллом (12–9 баллов): сквер им. Розалии Землячки — 11 баллов, Эспланада — 11 баллов, сквер им. Д.Н. Мамина-Сибиряка — 10 баллов, Райский сад — 10 баллов, имени 250-летия города Перми (Парк Камней) — 9 баллов. Здесь отмечается полный набор составляющих благоустройства и хорошая доступность.

Средним баллом (8,5–5 баллов) обладают частично благоустроенные парки: сквер Желания — 8,5 баллов, сквер им. Ф.Э. Дзержинского — 8,5 баллов, парк Победителей — 8,5 баллов, сквер им. М.И. Субботина — 8 баллов, сквер Уральских Добровольцев — 8 баллов, сквер им. И.В. Мичурина — 8 баллов, сквер Авиаторов — 7 баллов, сквер им. В.Н. Татищева — 6 баллов, Сад Любимова — 6 баллов, Аллея памяти (ул. Екатерининская) — 5,5 баллов, Сад Декабристов — 5,5 баллов, сквер Сказки Пушкина — 5 баллов, сквер Купцов Грибушиных — 5 баллов, сквер Журналистов — 5 баллов, сквер Ю.А. Гагарина — 5 баллов, сквер им. Решетникова — 5 баллов.

Низкий балл благоустройство присвоен паркам и парковым пространством наименее доступным и чрезвычайно неблагоустроенным (4–0 баллов): СПКиО им. Свердлова — 3 балла, Сад им. Н.В. Гоголя — 2 балла, Сквер им. Борцов Революции — 1,5 баллов, Парк у Андроновских прудов — 1,5 баллов. Данные территории не обустроены, требуют концептуального планирования и дальнейшей реконструкции.

Таблица 1

Parк у Альбоновских прудов	Сквер имени Ф.М. Решетникова (Сад имени С.М. Кирова)	Сквер имени В.Н. Татищева (сквер Разгуляйский)	Сад Декабристов	Сквер имени Ф.М. Решетникова	Сквер «Аллея памяти» по ул. Екатерининской	Сквер «Сказки Пушкина»	Сквер купцов Грибушиных	Сквер журналистов (Аллея Журналистов)	Сквер им. Ю.А. Гагарина	ЦПКИО им. Свердлова	Сад имени Н.В. Гоголя	Сквер им. Борцов Революции	Парк у Альбоновских прудов	Парковки	Гаражи	Земельные участки	Недвижимое имущество	Бизнес
														Гаражи	Земельные участки	Недвижимое имущество	Бизнес	
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0,5	0	0	1	1	1	1	8,5
0,5	0,5	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	8
0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	8
0	1	0,5	1	1	0,5	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	8
1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	7
0	1	0	0,5	1	0,5	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	6
0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5,5
1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5,5
0,5	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5,5
0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	5
0,5	0	0	0	0	0,5	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	5
0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	5
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0	1,5
0	0	0	0,5	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5

Таблица 2

*Парки и парковые пространства по районам города Перми
(составлено авторами)*

№	Район города	Площадь района, км ²	Парки	Скверы	Сады	Бульвары	Всего
1	Дзержинский	65,2	1	11	1	2	15
2	Индустриальный	63,4	1	4	1	3	9
3	Кировский	156,0	1	8	-	1	10
4	Ленинский	47,5	-	18	4	1	23
5	Мотовилихинский	170	-	11	2	6	19
6	Орджоникидзевский	178,5	1	9	-	1	11
7	Свердловский	122,34	1	13	-	14	28
			5	74	8	28	115

Таблица 3

Оценка общественно значимых зеленых зон

Район города	Численность населения района		Площадь района		Общественно значимые зеленые зоны, ед.	Площадь зеленых зон, км ²	Обеспеченность населения зелеными зонами, м ² /тыс. чел.	Оценка общественно значимых зеленых зон, балл
	тыс. чел.	доля, %	км ²	доля, %				
Дзержинский район	167,6	15,9	65,2	8,1	0,32	1,27	0,213	11
Индустриальный район	170,3	16,14	63,4	7,9	0,51	1,92	0,328	8
Кировский район	113,6	12,53	156,0	19,5	0,21	2,85	0,324	12
Ленинский район	55,2	5,29	47,5	5,9	0,91	7,84	0,433	7,5
Мотовилихинский район	194,5	18,5	170,0	21,2	0,17	1,46	0,283	6
Свердловский район	219,6	20,89	122,3	15,3	0,25	1,37	0,300	9,2
Орджоникидзевский район	112,2	10,65	178,5	22,1	0,15	2,39	0,268	10,5
ВСЕГО	1050 605	100	799,8	100	0,22	1,73	1,823	9,1

Проводя интегральную оценку в разрезе административных районов, следует отметить, что наиболее высокий балл благоустроенности парков и парковых пространств наблюдается на территории Ленинского района, высокий балл в Кировском, Дзержинском и Орджоникидзевском районах. Данные районы имеют большую общую площадь и площадь зеленых зон. Численность населения этих районов варьирует от 116 до 160 тыс. человек. Большая часть объектов здесь специализируется на массовых рекреационных мероприятиях. Это чаще всего отдых выходного дня, несущий отпечаток сезонности, не круглогодичная эксплуатация, пониженная эффективность функционирования.

В период с июня 2020 по февраль 2021 г. проводилось социологическое исследование, анализировались отзывы жителей и гостей города Перми, оставленных на 2ГИС, Отзовик, TripAdvisor.ru, Яндекс.карты, Google.карты и локального онлайн-сервиса Справочник

Перми. Результаты были обобщены и составлены сводные таблицы.

Метод социологического исследования интернет-ресурсов не всегда дает достоверный результат, так по интегральному баллу оценки от 3,4 баллов до 5 баллов, были получены недостоверные результаты: тройку лидеров в рейтинге занимают сквер им. Розалии Землячки — 5 баллов, Аллея журналистов — 5 баллов, сквер имени Ф.М. Решетникова — 5 баллов, Мичурина — 5 баллов, 250-летия — 5 баллов. Замыкают рейтинг: ЦПКИО им. Свердлова — 3,72 балла, парк культуры и отдыха «Балатово» — 3,7 балла, сад имени Н.В. Гоголя — 3,4 балла. Интервьюируя пермяков на улицах города выяснили, что многие не знают и ни разу не посещали эти парка, а другие не стали бы столь высоко оценивать их. На улицах города Перми было проведено дополнительное интервьюирование по вопросу оценки благоустройства

и комфортности парков, получивших наивысший балл по отзывам рассмотренных сайтов. Оказалось, что менее 15% знают о существовании данных парков, менее 9% опрошенных посещали их хотя бы раз (в течении текущего года). Большинство из последней группы сказали, что не стали бы давать данным паркам столь высокую оценку. При этом не вызывает сомнения достоверность оставленных на сайтах отзывов, так как они сопровождаютсяличными фотографиями и пояснениями

Дополнительно было проведено блиц-интервьюирование посетителей парков. Исходя из данных блиц-опроса посетителей, проведенного в рамках полевого исследования парков города Перми, наилучшими и наиболее известными парками горожане и приезжие посетители парков считают (устные отзывы, упоминание наилучших на взгляд интервьюера): парк им. М.Горького, «Балатовский», «Эспланада» и «Набережная». Не особо привлекательными респонденты считают: Сад имени Н.В. Гоголя, Парк у Андроновских прудов, Сад имени Н.В. Гоголя, Сад Декабристов, Сад имени Любимова (Сад имени С.М. Кирова).

Следовательно, необходимо с осторожностью относиться к информации из отзывов, не принимая ее как объективно достоверную, но информация, изложенная в отзывах, может быть полезна администрации города, для устранения недостатков, и туристам. Из отзывов - к существенным недостаткам состояния разных парков и скверов авторы отзывов отнесли: разбитую тротуарную плитку, пришедшие в негодность облицовочные материалы, нерабочие фонтаны, частый выгул собак, отсутствие информационных стендов (что может быть важным, если человек посещает город как турист: ему важно не только посмотреть новый парк, но и узнать что-то из его истории или просто полезную информацию), отсутствие досуговых форм в парке для детей (например, нет площадки или просто песочницы), тусклое фонарное освещение, вследствие чего существует угроза безопасности в темное время суток. Некоторых людей отталкивают неухоженность и запустение парковых пространств, отсутствие автопарковок, не достаточное количество точек общественного питания (например, не раз попадались отзывы о том, что попросту негде было купить мороженое или сок для ребенка). Многие отмечали проблему с санитарными зонами: то они закрыты на ремонт или не работают, то они не оборудованы вовсе. В парках с аттракционами указали, что персонал (кассиры и операторы) вели себя некорректно, грубо, просили администрацию парков разобраться. Оставляет желать лучшего ситуация с оставленным нерадивыми отдыхающими мусором.

Среди достоинств отмечали наличие множества скамеек, урн, проведение разных мероприятий, историческую или культурную значимость парка или сквера, отдельные скульптуры, количество деревьев (возможность находиться в комфортной тени крон в жаркий день лета), наличие декоративных кустарников, клумб с цветами, а также расположение остановок общественного транспорта. Положительное восприятие у жителей города вызывают тематические фотозоны, аттракционы для различных возрастов, велопрокат и др. Люди, оставившие отзыв, получают обратную связь по какой-то интересующей проблеме или же вопросу от представителей городских служб или администрации парка, возможно, с повышением активности на сайтах, анализ отзывов будет более содержательным и достоверным.

Парки города Перми кардинально отличаются друг от друга по размерам, по территориальному зонированию, функциональности, благоустройству, рекреационной составляющей, вовлеченности местных жителей и гостей города, соответственно отличаются и аспекты отзывов. Большинство парков и парковых пространств г. Перми нуждаются в дополнительной реконструкции. В городе недостаточно тематических, историко-культурных, экологических парковых пространств, способствующих формированию эстетических, познавательных и других потребностей.

На основе проведенного анализа были сформулированы следующие рекомендации для дальнейшего проектирования и благоустройства городских парков:

- необходимо содержать, реконструировать и создавать парк как природно-ландшафтную и архитектурно-пространственную структуру — общественно значимое рекреационное пространство для жителей и гостей города, отвечающее современным требованиям спроса на рекреационную активность;
- планировочные решения принимать исходя из значения парка как природного, исторического объекта, места рекреации, сочетающего эстетические, образовательные и иные функциональные цели;
- ориентироваться на многообразие рекреационных активностей населения города, но при этом сохраняя и улучшая эстетику пространства, экстерьер парка, совместимость природной составляющей и интерьера планируемых объектов;
- при благоустройстве районных парков возможно предусмотреть частно-государственные и общественные формы партнерства для благоустройства, позволяющие жителям города активно участвовать в созидательном процессе; например, волонтерство студентов

высших учебных заведений, ориентированных на устойчивое развитие и экологические тренды развития страны и города в частности;

- подходить к зонированию территории парка не формально, а с учетом конкретных целей и задач проектов, обеспечивая экологичность, комфортность, эстетику и безопасность парковой среды, что особенно важно для городской рекреации.

Например, при проектировании парков в долинах рек города Перми. Для сохранения природных рекреационных ресурсов данных территорий необходимо предусматривать мероприятия по снижению негативного воздействия на природную среду. Решить эти вопросы возможно, за счет проектирования дорожно-тропиночной сети, мощения ее различными материалами, не нарушающими ландшафтное биоразнообразие, создания «зон покоя». Установки информационных стендов, популяризирующих экологическое отношение к парковым пространствам и их природным обитателям и др. Регулирование ширины дорожно-тропиночной сети в зависимости от интенсивности использования, ограждение особо ценных растительных сообществ бордюрами, декоративными ограждениями, живыми изгородями, регулярный уход и проведение мероприятий по восстановлению парковой растительности, организация площадок, в соответствии с потребностями (детские, спортивные, арт-пространства, музыкальных зон и др.).

Оценочная матрица и рекомендации позволяют администрации города спланировать первоочередные рабочие мероприятия

по улучшению качественной составляющей парковых пространств города Перми, направленных на благоустройство и доступность. Отдельное исследование необходимо провести, по оценке устойчивости природных и антропогенных биоценозов парков.

При разработке общих принципов развития парковых территорий городов необходимо учитывать уникальность каждого парка и создавать условия для его самоидентификации, выявлять особенности отдельно взятой парковой территории, т.е. проектировать индивидуальные программы развития парков. Уникальность каждого городского парка позволит городу создать узнаваемый имидж и устойчивую систему рекреации.

Библиографический список

1. Парк: значение. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 23.06.2021).
2. Парки. Правила градостроительного проектирования и благоустройства, СП 475.1325800.2020. Дата введения 2020-07-23.
3. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89 Градостроительство. (с Изменениями № 1, 2) URL: <http://docs.ctnd.ru/document/456054209> СП 42.13330.2016 (дата обращения 21.07.2021).
4. Таранова О.О. Социально-экологические аспекты использования городских парков на примере: дисс. Белгород, 2016.
5. Середа Т., Мягченко Г.Ю. Эстетическая визуализация городского пространства. URL: http://analiculturolog.ru/journal/archive/item/463-article_46-4.html (дата обращения: 21.07.2021).

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ

В.М. Кицис, А.В. Неяскина

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

УДК 338.48

ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ ПАЛОМНИЧЕСКО-РЕЛИГИОЗНОГО КЛАСТЕРА «САРАНСК – ТЕМНИКОВ – САНАКСАРЬ»

Туристские ресурсы выступают ядром, вокруг которого формируются туристские кластеры. Именно они являются тем побудительным мотивом, который вызывает у населения стремление к совершению туристских поездок. Поэтому им принадлежит ведущая роль в формировании туристских кластеров. Наличие аттрактивных природных туристских ресурсов снижает расходы на создание кластеров, тогда как создание искусственных аттрактов требует привлечения больших капиталовложений. Маршрут из Саранска в Темников составляет туристский каркас республики, на который приходится значительная часть ее туристских потоков. В связи с этим предметом исследования выступают туристские ресурсы, а цель статьи – охарактеризовать туристские ресурсы, являющиеся основой для проектирования паломническо-религиозного кластера «Саранск – Темников – Санаксарь».

Ключевые слова: туристский кластер, туристские ресурсы, туристский маршрут, экскурсия, инфраструктура.

V.M. Kitsis, A.V. Neyaskina

National research Mordovia state University

TOURIST RESOURCES OF THE PILGRIMAGE AND RELIGIOUS CLUSTER «SARANSK-TEMNIKOV-SANAKSAR»

Abstract: Tourist resources act as the core around which tourist clusters are formed. They are the motivating motive that causes the population to desire to make tourist trips. Therefore, they play a leading role in the formation of tourist clusters. The presence of attractive natural tourist resources reduces the cost of creating clusters, while the creation of artificial attractions requires large investments. The route from Saransk to Temnikov forms the tourist framework of the republic, which accounts for a significant part of its tourist flows. In this regard, the subject of the study is tourist resources, and the purpose of the article is to characterize the tourist resources that are the basis for the design of the pilgrimage and religious cluster «Saransk-Temnikov-Sanaksar».

Keywords: tourist cluster, tourist resources, tourist route, excursion, infrastructure.

Территория Республики Мордовия насыщена различными, привлекательными с точки зрения туризма, объектами. Можно выделить несколько

факторов, оказывающих влияние на благоприятную для развития туризма основу туристского потенциала территории республики:

1) удачное физико- и экономико-географическое положение, проявляющееся в широтном и меридиональном направлениях, а также благоприятное положение в окружении экономически развитых субъектов федерации;

2) наличие 118 особо охраняемых природных территорий;

3) наличие большого числа объектов религиозного и этнического туризма,

© Кицис В.М., Неяскина А.В., 2021

Кицис Вячеслав Михайлович,
к. геогр. н., доцент кафедры туризма, Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва;
vkitsis@mail.ru

Неяскина Анастасия Васильевна,
студентка 4 курса направления подготовки «Туризм», Национальный
исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва;
miss.a2016@mail.ru

Таблица 1

Основные виды туризма и объекты туристского показа [3; 5]

Виды туризма	Объекты
Религиозный (паломнический)	Кафедральный собор святого праведного воина Феодора Ушакова, Санаксарский Рождество-Богородичный монастырь, Макаровский монастырь, Спасо-Преображенский мужской монастырь, Свято-Ольгинский женский монастырь, Пайгартмский Параскево-Вознесенский женский монастырь, Саровская пустынь и др.
Экологический	Мордовский государственный заповедник имени П. Г. Смидовича, Национальный парк «Смольный», Ботанический сад им. В.Н. Ржавитина МГУ имени Н. П. Огарева, озеро Инерка, Симкинский заказник, памятники природы и др.
Спортивный	Стадион «Мордовия Арена», стадион «Старт», Дворец водных видов спорта, ледовый дворец, республиканский лыжно-биатлонный комплекс, конно-спортивный клуб «Кентавр» и др.
Этнический	Подлесная Тавла, Старая Теризморга, Кочетовка, Лесное Цибаево, Вадовские Селищи и др.

археологических памятников, архитектурных и исторических достопримечательностей;

4) проведение разнообразных культурно-развлекательных и спортивных мероприятий разного уровня значимости;

5) широкая музейная сеть;

6) обеспеченность лечебно-рекреационными ресурсами, обусловивших наличие объектов санаторно-курортной инфраструктуры;

7) наличие потенциальных брендов, связанных с именами Ф.Ф.Ушакова, С.Д.Эрьзи, Н.П.Огарёва и др.;

8) признание за Мордовией статуса признанного центра финно-угорских народов России [3].

В Республике Мордовия быстрыми темпами развивается экологический, религиозный, спортивный, событийный и другие виды туризма. Потенциалом для развития данных туристских направлений является наличие на территории региона объектов туристского показа. В таблице 1 представлены основные виды туризма и объекты туристского показа.

Наличие большого количества разнообразных туристских ресурсов служат основой для разработки проекта по созданию паломническо-религиозного кластера на территории республики «Саранск – Темников – Санаксарь».

В Саранске расположено более половины всех объектов республики, представляющих туристский интерес. Но город обладает исключительно культурно-историческими ресурсами, а, чтобы окунуться в мир природы, нужно отправиться в путешествие в Темниковский район. Тем самым в совокупности обеих территорий проектируемый кластер представляет собой ту дестинацию, где турист сможет удовлетворить свои туристские потребности и открыть для себя Мордовию.

Саранск был основан в 1641 г. и представлял собой деревянную крепость. Свое название город получил от реки Сарлей (современная Саранка), в устье которой он расположился.

В 1670 г. крепость была захвачена Стенькой Разиным, а в 1774 г. здесь побывал Емельян Пугачев. К началу XVIII в. крепость была разрушена и город понемногу восстановился и становился торговым центром. В XIX в. обрушилась череда больших пожаров, которые уничтожили почти весь город, но он отстраивался заново. В 1930 г. город Саранск официально получил статус города республиканского значения.

Сегодня Саранск — это красивый и зеленый республиканский центр, жизнь которого не стоит на месте, а продолжает хорошеть и развиваться. В городе много «высококультурных» и досуговых учреждений, а современная застройка выполнена в национальном стиле.

На территории столицы республики насчитывается большое количество разнообразных туристско-рекреационные объектов.

Одним из самых значимых объектов религиозного и культурно-исторического потенциала города является Кафедральный собор святого праведного воина Феодора Ушакова, который также является визитной карточкой города. Этот прекрасный храм был возведен только в XXI в., но по своей пышной красоте может посоревноваться с соборами Москвы и Санкт-Петербурга. Абсолютно противоположная собору, но имеющая свою особенность, церковь Иоанна Богослова, с характерными черными главами. Церковь является самым старым зданием республики, она построена в 1693 г. В Макаровском Иоанно-Богословском мужском монастыре находится резиденция митрополита Саранского и Мордовского.

Музейная сеть республики представлена 25 музеями, играющими огромную роль в культурно-историческом, духовном, патриотическом и нравственном воспитании населения.

В городском ландшафте Саранска особо выделяется Мемориально-скульптурный комплекс

«Аллея славы» на берегу реки Саранки. Комплекс представляет собой территорию, на которой собраны композиции, посвященные выдающимся личностям, проживавших и проживающих в республике.

Центр республики ежегодно становится площадкой для проведения большого количества мероприятий различного уровня и направленности. Все они относятся к мероприятиям событийного туризма, который имеет достаточно хорошие перспективы для дальнейшего развития.

Важнейшим фактором в развитии событийного туризма стало проведение четырех матчей Чемпионата мира по футболу в 2018 г. в Саранске на стадионе «Мордовия Арена». Это спортивное мегасобытие привлекло огромное число туристов как из России, так и из других стран мира [4].

Самой популярной экскурсионной программой и основным турпродуктом по Саранску является маршрут «Шумбрят, Саранск!». Это базовый пешеходный маршрут по городу, который раскрывает все основные достопримечательности. Его продолжительность составляет 1,5–2 ч., протяженность — 3 км.

Маршрут берет свое начало с площади Тысячелетия, где расположен фонтан «Звезда Мордовии». После этого туристы смогут увидеть Саранск с высоты птичьего полета, поднявшись на смотровую площадку Главного корпуса МГУ имени Н.П. Огарева.

Затем маршрут ведет к Государственному музыкальному театру имени И.М. Яушева, а после него — к музею изобразительных искусств им. С.Д. Эрьзи. Одним из ярких дополнений (по желанию туриста) станет экскурсия по музею. Главная его изюминка в том, что здесь находятся оригиналы многих шедевров «Русского Родена» земли мордовской — С.Д. Эрьзи. В коллекцию входят и скульптуры, сделанные из экзотического южноамериканского дерева кебрачо. Музей также откроет перед туристами неподдельную искренность картин «живописца радости» Федота Сычкова и культурное наследие других художников.

Далее туристы отправятся на Соборную площадь, где возвышается Кафедральный собор, освященный покровителю мордовской земли Феодору Ушакову. Недалеко от собора находятся площадь Победы, гордо увековечивающая своими памятниками события Великой Отечественной войны и Мемориальный музей военного и трудового подвига 1941–1945 годов, и Советская площадь, на которой расположены три монументальных здания: Администрации городского округа Саранск, Государственного Собрания Республики Мордовия и Дома республики.

В завершение экскурсии туристы увидят Мордовский республиканский объединенный краеведческий музей им. И.Д. Воронина, Музейно-этнографический комплекс «Мордовское подворье», городской парк культуры и отдыха им. А.С. Пушкина, монумент «Навеки с Россией» [2].

Второй центр притяжения туристов в рамках проектируемого туристского кластера формируется вокруг г. Темникова. Он базируется на объектах туристского показа как самого города, так расположенных в его окрестностях Санаксарского монастыря и Мордовского государственного природного заповедника им. П.Г. Смидовича [4].

Темниковский район расположен в живописном месте и природа района весьма удивительна. Так, на окраине города находится озеро Ендовище, которое было образовано в результате карстового провала земли. Сосновый бор с многовековыми сосновыми, который носит название «Емашевская роща» протянулся по окраине города с севера на юго-восток. Место имеет как научный интерес в качестве высокопроизводительных насаждений, так и рекреационный. Это излюбленное место отдыха горожан, красивое в любое время года. Здесь же находится водный памятник природы — озеро Вячкишево.

Центром экологического туризма является Мордовский государственный заповедник имени П.Г. Смидовича, который притягивает туристов не только из республики, но и других регионов России.

Темников, где сейчас проживает менее 6 000 человек, является «жемчужиной малых городов республики». Основанный в 1536 г. город является самым древним в Мордовии и славится своей самобытностью и огромным природным и культурно-историческим потенциалом.

Особый туристский интерес к городу и району связан с именем Федора Ушакова, который после отставки в 1809 г. проживал в Темникове, а после смерти был похоронен в Рождество-Богородичном Санаксарском монастыре.

Монастырь был основан в 1659 г. Сейчас он привлекателен для лиц любого возраста, он носит статус памятника монументальной архитектуры XVIII в.

Архитектурной особенностью обладает Успенская церковь в Темникове, построенная в 1827 г. Храм построен в стиле классицизма и имеет три придела.

Привлекательными для туриста являются усадьба купца Смирнова (главный дом и флигель), здание бывших магазинов купцов Жуковского и Лукинского, здание женской гимназии, купеческие лавки, дом, в котором жил композитор Л. И. Воинов и другие.

Посетителей города привлекает Темниковский историко-краеведческий музей имени Ф.Ф.Ушакова. Музей открыт в 1966 г. в здании госпиталя, построенного в 1812 г. на средства адмирала. Здание является памятником архитектуры начала XIX в. В залах музея можно познакомиться с историей уездного города, с личностями сподвижницы Стеньки Разина Алены Арзамасской (Темниковской), которую сожгли на площади города, декабристов братьев Веденяпиных, с материалами о просветителе мордовского народа З.Ф.Дорофееве, хирурге А.И.Рудявском и др. Уникальные материалы представлены в зале адмирала Ф.Ф.Ушакова.

Важным элементом туристской индустрии являются коллективные средства размещения (КСР), которые могут быть гостиницами и аналогичными средствами размещения (гостиницы, мотели, хостелы т. п.), так и специализированными (туристские базы, санаторно-курортные организации, дома отдыха, лагеря и др.).

В городе Саранске есть два отеля, принадлежащих международным гостиничным цепям и построены они по современным стандартам обслуживания гостиниц. Мировая гостиничная цепь «Accor» представлена отелем «Mercure Саранск Центр», престижность которого равна 4 звездам. Имеет выгодное расположение — в самом центре города.

Еще одним сетевым отелем является отель Radisson Hotel & Congress Center Saransk, также классифицированный на 4 звезды. Он располагает новыми комфортабельными номерами с прекрасным видом на город и находится в шаговой доступности от основных туристских объектов города.

К 4-х звездочным отелям в городе также относятся: отели «Меридиан» и «Адмирал», а также гостиница «Виктория» при спортивной школе.

Одной из наиболее востребованных гостиниц столицы республики является 3-х звёздочная гостиница «Саранск», расположенная в центре города, рядом с образовательными и государственными учреждениями. Гостиница по уровню комфорта и обслуживания не уступает другим отелям и является востребованной для гостей города.

Гостиницы Саранска располагают современной инфраструктурой, конференц-залами, спортзалами, ресторанами, кафе и другими удобствами. Также большинству доступно онлайн бронирование места и предоставление разнообразных дополнительных услуг.

На территории городского округа Саранск располагаются и специализированные средства размещения: база отдыха «Зеленая

Роща», санаторий «Саранский» и база отдыха «Карельская».

Трехзвездочный санаторий «Саранский» относится к числу многопрофильных санаторных комплексов с современной лечебно-диагностической базой. Санаторий имеет запасы природно-лечебных ресурсов: лечебно-столовая минеральная вода Ергенинского типа, лечебная грязь торфяного месторождения «Кадымжай».

Государственная база отдыха «Зеленая роща», состоящая из двух комплексов, расположилась в лесной зоне юго-западного района Саранска. Для проживания гостям базы предлагаются гостиничные номера различной категории вместимости, все комнаты укомплектованы телевизором, холодильником и собственной ванной комнатой.

Если, прибывая в город Саранск, можно достаточно легко найти себе место размещения вследствие большого числа коллективных средств размещения, то, отправляясь в Темниковский район, нужно позаботиться об этом заранее.

На сегодняшний день в Темникове имеется одна гостиница «Раздолье» эконом класса. Гостиница небольшая, насчитывает 7 номеров различного уровня комфортабельности.

Кроме гостиницы «Раздолье» гости Темниковского района могут остановиться в гостинице при Санакарском монастыре, а также в гостевых домиках и гостинице в Мордовском заповеднике.

Важную роль в формировании туристского кластера играет транспортная сеть. В настоящее время транспортная сеть Республики Мордовия представлена такими основными видами транспорта, как автомобильный, железнодорожный, авиационный.

Для Республики Мордовия автомобильный транспорт имеет важное значение в экономической и социальной стабильности общества, мобильности населения, развитии территории. Автомобильный транспорт обеспечивает как внутриреспубликанские экономические связи, так и между субъектами страны. Осуществляются грузовые перевозки транспортом общего пользования и ведомственным.

Важнейшими центрами грузо- и пассажироперевозок железнодорожным транспортом являются Саранск и Рузаевка. Протяженность железнодорожной сети республики невелика и она проходит с запада на восток.

После реконструкции аэропорта города Саранск выросла роль воздушных перевозок. Перед ЧМ-2018 аэропорт приобрел статус международного. Сейчас он осуществляет регулярные рейсы до Москвы (Аэрофлот), Санкт-Петербурга (S7 Airlines), Сочи,

Минеральные воды, Екатеринбурга (РусЛайн), Симферополя.

Транспортное обслуживание города Темников с другими поселениями осуществляется с помощью автомобильного транспорта. По территории района проходят автомобильные межмуниципальные дороги: Темников – пос. Барашево – с. Теньгушево – Арзамас (Нижегородская область), Темников – Ковылкино и Темников – Красносльбодск – с. Ельники – с. Первомайск (Нижегородская область). Дороги с капитальным типом покрытия (асфальтобетон).

Таким образом, анализ вышеизложенного позволяет констатировать, что проектируемый паломническо-туристский кластер обладает разного рода туристскими ресурсами, которые могут стать ядром данного кластера. Наличие большого количества культурно-исторических объектов, связанных с именами отечественных исторических личностей, разнообразные природные объекты и условия, множество разного рода и уровня событийных мероприятий, достаточно развитая транспортная и социальная инфраструктура — все это служит источником привлечения туристов на территорию кластера.

Библиографический список

1. Абушкин Р.Р. Культурный бренд Республики Мордовия как проектная стратегия развития территории / Р.Р. Абушкин, И.Н. Пронина // Муниципалитет: экономика и управление. — 2017. — № 4 (21). — С. 33–40.
2. Гавина Е.М. Туристский маршрут «Зов Торамы» как инструмент развития этнического туризма в Республике Мордовия / Е.М. Гавина, М.А. Жулина, Л.В. Сотова, М.И. Фирстов // Финно-угорский мир. — 2019. — Т. 10, № 4. — С. 74–87.
3. Ефимова А.И. Туристская привлекательность Республики Мордовия / А.И. Ефимова, О.С. Калачина, Т.И. Кирдяшкина, В.В. Козин // Социально-экономическое развитие Республики Мордовия в 2017 г.: Сборник научных трудов. Под редакцией И.М. Фадеевой. — Саранск : Изд-во Государственное казенное учреждение Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», 2019. — С. 382–424.
4. Жулина М.А. Сравнительный анализ туристского потенциала финно-угорских республик Марий Эл и Мордовии / М.А. Жулина, П.А. Зайцева, С.В. Сарайкина, Л.В. Сотова // Финно-угорский мир. — 2019. — Т. 11, № 3. — С. 342–355.
5. Зарубина О.В. Запечатлеть историю... Рецензия на книгу: Бахмустов С.Б. Старый Саранск: [фотоальбом]. Саранск, 2015 / О.В. Зарубина, И.Н. Калядина // ЦЕНТР И ПЕРИФЕРИЯ. — 2016. — № 3. — С. 122–125.

В.С. Фирсов

Московская высшая школа социальных и экономических наук

А.В. Фирсова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 796.5

«КТО ВЫ, ПАСТЕРНАК?» ОГРАНИЧЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ЛИТЕРАТУРНОГО МУЗЕЯ

Современный музей становится привлекательным для туриста, когда он не только хранит и транслирует культурные ценности, но предлагает посетителю разные формы взаимодействия и игры. На примере работы музея «Дом Пастернака» авторы статьи рассматривают пути трансформации провинциального музея; анализируют новые методы презентации литературного наследия, обусловленные влиянием эпохи постмодерна и разрабатывают концепцию иммерсивной и инклюзивной выставки «Кто Вы, Пастернак?», цель которой – максимально приблизить нашего культурного героя к любому посетителю, взрослому и подростку, интеллектуалу и обычному человеку.

Ключевые слова: музей в эпоху постмодерн, литературный музей, интерактивное пространство, экскурсия, арт-медиация, Б.Л. Пастернак.

V.S. Firsov

MSSES

A.V. Firsova

Perm State University

«WHO ARE YOU, PASTERNAK?» LIMITATIONS AND OPPORTUNITIES OF PROVINCIAL LITERARY MUSEUM DEVELOPMENT

Contemporary museum become attractive when not only preserve and present artifacts, but also offer visitors various forms of game and interaction. Using the example of the «House of Pasternak» museum, authors consider the ways of transformation of the provincial museum, analyze postmodern methods of literature heritage representation, and develop the concept of immersive and inclusive exhibition «Who are you, Pasternak?». This concept is purposed to bring our cultural hero as close as possible to any visitor, adult and teenager, intellectual and layman.

Keywords: postmodern museum, literary museum, interactive space, art mediation, B.L. Pasternak.

Введение. Король умер, да здравствует король! Часто эта фраза приводится в контексте рассмотрения концепции двух тел короля – физического и политического, первое смертно, второе – будто бы не подвластно смерти [8]. Однако именно смерть является причиной

перехода власти от одного монарха к другому, она же является причиной разработки концепции двух тел, которая легитимирует наследственный переход власти.

«Рок-н-ролл мёртв, а я еще нет» — поет Борис Гребенщиков. Все мы верим, что Борис Борисович будет жить вечно, а вот рок-н-ролл — музыка свободы, действительно оказался ограничен временными рамками эпохи.

Музей умер... Постойте, музей не может умереть! Более того, музей способен заключить саму смерть в свои объятия и даже использовать её весьма оригинальным способом для привлечения посетителей и заработка денег, сделав предметом экспозиции [9]. Родившись вместе с человеческой

© Фирсов В.С., Фирсова А.В., 2021

Фирсов Всеволод Сергеевич,
магистрант программы «Управление проектами в сфере культуры»,
Московской высшей школы социальных и экономических наук;
vsevolod.s.firsov@yandex.ru

Фирсова Анастасия Владимировна,
к. геогр. н., доцент кафедры туризма; Пермский государственный
национальный исследовательский университет;
firssowa@mail.ru

цивилизацией, музей постоянно адаптировался под её запросы и одновременно репрезентировал её сущность.

Так, сущность эпохи модерна со стремлением к идеалу и иерархии, с линейным взглядом на историю и ориентацией на поиск универсалий, отражалась в музее, который показывал движение от примитивного — к более совершенному, неважно чему был посвящен такой музей, рабочая схема была одинаковой для музея искусства, цивилизации или природы. В таком музее есть носитель знания — экскурсовод и адресат-посетитель, между ними — вертикальная коммуникация. Мишель Фуко критикует музей эпохи модерна, как место, в котором запираются «все времена, все эпохи, все вкусы», таким образом нагромождение времен в одном пространстве определяет музей как место безвременя. Это противоречие позволяет Фуко характеризовать музей как пример гетеротопии — места, которое определяется через внутреннее противоречие [14].

Вместе с Фуко и более поздними авторами пришла эпоха постмодерна. Музей также освоил приставку «пост» и стал транслировать новые практики и ценности. Концепция постмузея была предложена Ребеккой Дюкло и развита в работах Э. Хупер-Гринхилл и её последователей. В трактовке данной группы авторов постмузей — место личностных и субъективных взаимоотношений, в процессе которых не передаются, но создаются новые знания и опыт [3]. 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.

Мы видим, как этот идеологический и концептуальный поворот изменил лицо современных музеев. Если музей успешен и востребован, значит в нем скорее всего регулярно проводятся публичные мероприятия (лекции, дискуссии, кинопоказы), существуют экспериментальные виды экскурсий (ночные, игровые, и т.п.) и постоянно ведется поиск новых форматов взаимодействия с аудиторией. Наличие уникальной/аутентичной экспозиции перестает быть решающим фактором в борьбе за посетителя, важнее становится не что показывать, а как.

Эта модель превосходно работает для крупных музеев в больших городах и их окрестностях. Наиболее успешные музеи уже прошли этап трансформации, став

многофункциональными культурными центрами. Оригинальная музейная экспозиция в таком центре теряет роль главного аттрактента и превращается в одну из доступных опций.

Упоминание крупного города как места для музея нового типа неслучайно. Постмузей рождается в постиндустриальном городе и органично вписан в транзитивное городское пространство, музей вязнет в множественных ритмах и потоках современного города, зависит от его экономики, машин власти и систем управления [2].

Значит ли это, что музеи вне крупных городов обречены слыть музеями старой формации, музеями «второго сорта»? Или музей в провинции тоже может примерить приставку «пост» и стать востребованной культурной площадкой для коммуникации и производства смыслов?

Чтобы ответить на вопрос, мы рассмотрим пути трансформации небольшого провинциального музея, на примере музея «Дом Пастернака» в поселке Всеволодо-Вильва. Кроме того, мы предложим идею новой экспозиции: «Кто Вы, Пастернак?» и покажем, как такая экспозиция поможет решить целый ряд задач, связанных с развитием данного музея.

Предпосылки для создания музея нового типа. «Дом Пастернака» — это литературный музей, в 230 км на северо-востоке от Перми. В 1916 г. здесь жил Борис Пастернак. Он приехал во Всеволодо-Вильву по приглашению молодого управляющего местным химическим заводом — Бориса Збарского и провел полгода в обществе Збарского, его супруги — Фанни Николаевны и литератора Евгения Лундберга. Позже Пастернак назовет месяцы, проведённые на Урале, одним из лучших времён своей жизни.

Дело в том, что Борис Пастернак бежал во Всеволодо-Вильву от личных проблем и проблем с реализацией в московской культурной среде. Здесь будущему поэту открылся Урал — мир, который навсегда очарует его. Именно здесь, после нескольких месяцев творческих поисков Пастернак примет решение стать поэтом и напишет два шедевра — стихотворения «Марбург» и «На пароходе». Окрестности Всеволодо-Вильвы в последствии оживут в романе «Доктор Живаго».

Исследуя следы пермского периода в творчестве Пастернака, профессор Пермского Университета и один из инициаторов создания музея В.В. Абашев показывает, что Всеволодо-Вильва — не просто место, отмеченное присутствием своего героя. Это место **творческого перерождения** поэта и точка отсчета его литературной вселенной. Поэтому впечатления от Урала и образы пермского пространства

стали одними из самых плодотворных источников творчества Пастернака, ими питалась значительная часть его прозы [1].

Когда текст имеет такую яркую пространственную основу, это позволяет конвертировать литературное наследие в символический ресурс территории, который в свою очередь можно конвертировать в туристский ресурс [12]. Но создание литературного места требует особых подходов к презентации творческого наследия. В центральных литературных музеях России (особенно в литературных усадьбах) процесс развития литературного музея связан с движением по горизонтали — «захват» и осмысление новых территорий и по вертикали — содержательное конструирование дополнительных смыслов в ландшафте [7].

При этом объектами показа в литературном музее являются не столько предметы и окружающая природная среда, сколько **художественные образы, мировоззрение писателя, творческий метод** — феномены, о которых возможно рассказывать, но сложно показывать. Поэтому презентация литературного наследия априори требует проектных методов и креативного подхода. Такая специфика литературного музея определяет его «врожденную» предрасположенность к тому, чтобы развиваться, как музей нового типа, а не как место хранения экспонатов.

В экспозициях музея «Дом Пастернака» нет экспонатов, имеющих статус мемориальных. Дом, в котором располагается музей, был построен в 1890-х гг., в советское время дом служил больницей и общежитием, к концу 1990-х он был разрушен, а в 2005 г. его решили воссоздать как место исторической памяти. В июле 2006-го первый камень в основание дома заложил сын поэта — **Е.Б. Борисович**, в 2009-м музей стал филиалом Пермского краеведческого музея. Экспозиция «Зеленая гостиная» воссоздана по описаниям и фотографиям 1916 г., здесь рассказывают о днях, проведенных Пастернаком во Всеволодо-Вильве, «Кабинет Збарского» повествует об известном химике. Обе экспозиции стационарны, статичны, они выполнены с использованием предметов из фондов Пермского краеведческого музея. Единственным живым свидетелем пребывания Пастернака является кедр.

Сегодня музей принимает до 2 400 человек в год, в основном это следующие категории посетителей:

- Учителя-филологи и их классы.
- Организованные группы туристов, которые отправляются в Александровский район с целью отдыха и развлечений на Голубые озера (популярное место для летнего отдыха).

- Организованные группы туристов, которые едут с культурно-познавательной целью в музей, в т.ч. люди с ОВЗ по зрению.

- Индивидуальные туристы-интеллектуалы, семейные группы, интересующиеся творчеством Пастернака.

- Иностранные туристы (как правило участники культурных или научных событий в г. Перми).

- Представители культурных институций: чиновники, журналисты, музейщики, представители НКО, участники научных конференций.

- Местные жители: пенсионеры (совет ветеранов); младшие школьники (в рамках образовательной программы «Говорящие экспонаты»); школьники среднего звена — участники Пастернаковских чтений (8–9 класс).

Мы видим, что аудитория музея очень разная по мотивации, возрасту, социальному статусу и культурному кругозору. Экспозиции «Зеленая гостиная» и «Кабинет Збарского» — стационарные и мемориальные. Музейным экскурсоводам всякий раз необходимо адаптировать программу под запросы целевой аудитории, при этом сохранять «смыслоное ядро» — рассказ о пермском эпизоде из биографии поэта и значение его творчества для развития русской литературы.

В то же время личность Бориса Пастернака и его творчество не являются безусловной ценностью для посетителей, многие «слышали имя» но не могут пояснить, почему именно он является «культурным героем» или «гением места». Поэтому музею важно не только трансформировать знание, но создать ситуацию «неформальной встречи» человека с миром культуры, направить посетителя к продуцированию собственных чувств, образов, смыслов [5]. Музей как посредник, как медиатор в мир культуры призван создавать возможности реализации творческих инициатив для его посетителей и превратить гостя из «потребителя услуги» в инициатора развития культурного пространства [6].

Проект «Сад Поэта» как начало перехода к музею нового типа. Первая попытка создать в музее интерактивное пространство была направлена на включение приусадебного ландшафта, в т.ч. кедра, в своеобразный поэтический маршрут. Известно, что природа для Пастернака всегда была предметом вдохновения [11], поэтому в проекте «Сад поэта» (2017) деревья, растущие вокруг музея, «просели» в стихотворения разных лет, а фрагменты сада стали вехами жизни поэта и любого человека: детство, влюбленность, разлука, молодость, зрелость. Эта ландшафтная экспозиция позволила совершать «ботаническое» путешествие по миру пастернаковской лирики,

где подлинными собеседниками поэта являются береза, тополь, сирень, липы, а за ними возникают образы любимой, творчества, бессмертия... Экспозиция объединила дом и территорию в единое смысловое пространство и выполняла эстетическую и информационную функцию.

Далее команда музея пошла по пути продолжения уличной экспозиции и поиску новых техник презентации наследия. Звук и ритм стихов Пастернака подсказали идею проекта «Сад поэта. Взаимодействие»: создание инклюзивной ландшафтной экспозиции для слабовидящих в музее Дом Пастернака, поддержанную фондом президентских грантов (2019). В основе проекта лежала идея создания семи акустических арт-объектов, органично встроенных в ландшафт, демонстрирующих рождение произведения из хаоса звуков. Основная методика ведения экскурсий — арт-медиация. Метод медиации — это форма свободного активного диалога с аудиторией на выставочных площадках [4]. Под влиянием идей медиации происходит изменение форматов общения с посетителем: экскурсии-монологи переходят в форматы диалога, дискуссии, мастер-класса, квеста; развиваются технологии, позволяющие туристам самостоятельно знакомиться с экспозицией, и что самое важное, музеи стремятся стать пространством равных возможностей, инклюзивной средой, доступной для каждого человека.

Как отмечают авторы проекта, основные задачи программы арт-медиации в экспозиции «Сад поэта: взаимодействие» были следующие: 1) вовлечь посетителей в творческий процесс (коммуникативный и музыкальный) — игру, пробуждение ассоциаций, поиск своих образов и эмоций, высказывание, импровизацию; 2) рассказать о звуковом восприятии мира, объяснить принципы музыкального творчества и импровизации; 3) объяснить музыкальность поэзии Б. Пастернака и рассказать о поэзии вообще доступно и интересно для любого посетителя [13]. Выставка пользуется интересом у самых разных посетителей, она помогает адаптировать тематику музея для детей, а людям слабовидящим помогает стать активными участниками экскурсий.

«Кто Вы, Пастернак?»: как посетители музея могут стать соавторами экспозиции. Как мы уже говорили ранее, многие посетители музея имеют смутное представление о личности и творчестве Пастернака и не питают к этой теме большого интереса по умолчанию. Однако, когда люди погружаются в творческую вселенную поэта через опыт арт-медиации, у многих затем появляется вопрос — а кем, собственно, был этот Борис Пастернак? И здесь

музею нечего сказать! Парадоксальным образом в Доме Пастернака нет экспозиции, посвященной личности Бориса Пастернака (не только его пермскому периоду, а вообще) и руководство музея видит явный запрос на такую экспозицию.

Сейчас экспозиции музея можно поделить на 2 уровня:

- Первый уровень — это классические стационарные экспозиции, посвященные Пастернаку во Всеволодо-Вильве и Збарскому, с фотографиями и экспонатами из фондов ПКМ. Такие экспозиции перекладывают всю ответственность за интерес и впечатление аудитории на плечи экскурсовода.

- Второй уровень — мобильная уличная экспозиция «Сад Поэта. Взаимодействие». Она вдохновлена творчеством Пастернака, но не исчерпывается им. Взаимодействие с музыкальными арт-объектами предполагает минимальное вмешательство медиатора и позволяет посетителю самостоятельно пережить творческий опыт. Она инклюзивна и увлекательна для людей разных возрастов, с разными ментальными и физическими возможностями.

С точки зрения автора, следующим этапом должно стать вовлечение посетителей музея в **создание** интерактивной экспозиции про личность Бориса Пастернака.

Цель выставки: сделать выставку о Пастернаке, но сделать её интерактивной, адаптивной и максимально приблизить нашего героя к человеку — любому посетителю, от интеллигента до обычного человека. Для этого мы обращаемся не к изученной до последней юты биографии поэта, а к тому, как Пастернака воспринимали современники и как воспринимают посетители нашего музея.

О Борисе Пастернаке существует много отзывов его современников — описание внешности, характера, особенности творческого мышления. Эти описания противоречивы. От самых высоких оценок его личности и таланта, до скептических. В то же время Пастернак, как культурный герой Всеволодо-Вильвы, имеет свои образы в сознании местных жителей и туристов. К примеру, поэт Владимир Радкевич писал про Пастернака «Он молод! Все ему впервые — любовь поэзия, Урал!», здесь мы видим яркий образ Пастернака-романтика.

Другой пример, группа корпоративных туристов из Проинвестбанка сказала после экскурсии: «Более всего мы запомнили, что Пастернак тоже был бухгалтер! Ведь он служил кассиром на Вильвенских заводах», вот живой и неожиданный образ, отмеченный посетителями, Пастернак-бухгалтер.

Наша задача — собрать разные отзывы о Пастернаке, включая печатные источники и устные истории. По мотивам описаний — создать цикл визуальных образов и текстовых картинок. Можно дополнить этот ряд серией фейковых, но ярких и даже провокативных образов Пастернака, например Пастернак нон-конформист, Пастернак фем-активист, Пастернак-хипстер и т.п.

Экспозиция может представлять собой небольшое темное помещение, в центре белый силуэт мужчины, на который выводится проекция. В этой комнате стоит пустой шкаф, рядом со шкафом — разные вещи: счеты, фотоаппарат, бинокль, шарф и т.д. Экскурсант должен выбрать вещь и положить её в шкаф. В зависимости от вещи, которую он положит, на силуэт спроектируется соответствующий образ Пастернака, на экране рядом выйдет сопровождающий текст, который расскажет — как этот образ поэта может быть связан с его биографией.

Идея с образами Пастернака может найти как минимум еще два сценария применения. Во-первых, такие образы можно использовать в качестве масок «Какой ты Пастернак?» для сторис в инстаграм. Этот сценарий открывает дополнительные возможности для продвижения музея и творчества Пастернака среди молодой аудитории.

Во-вторых, музей посещает много организованных групп — школьные классы, рабочие коллектизы и просто сборные группы туристов. Такие группы охотно принимают участие в игровых форматах. Образы Пастернака можно перенести на игровые карточки и устраивать игры в ассоциации по типу игры «Имаджинариум» или вместе угадывать показываемый кем-то образ, как в игре «Крокодил». Независимо от конкретного игрового сценария, возможность поиграть в тематическую игру расширит линейку форматов, предлагаемых музеем, и поможет привлечь больше школьных и корпоративных групп туристов.

Таким образом экспозиция «Кто Вы, Пастернак?» сможет решить сразу несколько задач:

- Реализовать запрос на создание экспозиции про личность Пастернака
- Повысить интерес и уровень вовлеченности через снижение дистанции с героем и обнаружение точек соприкосновения личности экскурсанта с личностью Пастернака
- Адаптировать экспозицию под любую аудиторию от интеллектуала до обычного человека
- Превратить внутреннее пространство музея в площадку для коммуникации и создания новых смыслов здесь-и-сейчас
- Запустить игровой формат для организованных групп туристов
- Открыть новый канал

для онлайн-продвижения музея (инстаграм-маски «Какой ты Пастернак?»)

Заключение. На примере музея «Дом Пастернака» можно увидеть, что удаленность от крупного города не является приговором для современного музея. Стратегия развития, ориентированная на создание интерактивных и инклюзивных форматов взаимодействия с аудиторией, позволяет сохранять туристскую привлекательность музея и открывает новые возможности для его продвижения. Такой музей становится местом для коммуникации и производства смыслов, местом вовлечения посетителя в процесс совместного творчества и переживания коллективного и индивидуального творческого опыта.

Кроме того, ранее мы говорили, что музей, будучи вписанным в городское пространство, неразрывно связан с экономикой города и зависит от нее. В случае поселка Всеволодо-Вильва наблюдается обратная ситуация — музей способен стать точкой роста в социально и экономически депрессивной территории. Чем больше туристов будет приезжать в музей «Дом Пастернака» — тем больше шансов на успешное развитие туризма, а значит и занятости в сфере туризма в этой территории. Помимо музея в окрестностях поселка есть ряд природных аттракций. Некоторые из них уже пользуются популярностью среди туристов, а некоторые — еще только предстоит развивать.

P.S. В конце стоит отметить одну забавную деталь. Несмотря на весь постмодернистский пафос, логика развития музея идет по пресловутой гегельянской траектории: классическая экспозиция про личность и биографию как **тезис**. Проект «Сад Поэта» с отрицанием классического подхода и фокусом на творческом опыте, как **антитезис**. Экспозиция про личность, но с применением интерактивных методов и технологий, как **синтез** двух предыдущих этапов развития. Итак, старый музей умер, даже в далекой и глубоко провинциальной Всеволодо-Вильве. Да здравствует Новый Музей!

Библиографический список

1. Абашев В.В. Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века / В.В. Абашев. — Пермь: Изд-во Пермского университета, 2000. — 404 с.
2. Амин Э. и Трифт Н. Города: переосмыслия городское / пер. с англ. Владимира Николаева. — Нижний Новгород: Красная ласточка, 2017. — 224 с.
3. Балаш А.Н. Музей как «Другое пространство» культуры // Музей — Памятник — Наследие. 2018. № 1 (3). С. 12–22.
4. Bulatova A. Melnikova S., Zhuravleva N. The Significance of Art Mediation in Bridging the

- Communication Gaps // KnE Social Sciences. [электронный ресурс] URL <https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/article/view/6355/11743#info> DOI: 10.18502/kss.v4i2.6355 (дата обращения 12.07.2021).
5. Дьяченко А.В. Метатеоретические исследования искусства музеиной организации // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 12. №1 С. 7–17. DOI: 10/24411/1995-0411-2018-10102.
6. Ильинская Н.И. Арт-медиация в России и Франции: компаративный анализ// Художественное образование и наука. 2020. №4. С. 149–154. URL: [http://hudohestvennoe-obrazovanie-i-nauka.ru/magazines/hon2020\(4-25\).pdf](http://hudohestvennoe-obrazovanie-i-nauka.ru/magazines/hon2020(4-25).pdf) (дата обращения 28.06.2021).
7. Калуцков В.Н. Концептуальные основы литературной географии // Уральский исторический вестник. 2016. № 2(51). С. 118-125.
8. Канторович Э.Х. Два тела короля: исследование по средневековой политической теологии. Москва: Изд-во Ин-та Гайдара, 2014. 744 с.: ил.
9. Музей мировой погребальной культуры <https://musei-smerti.ru/> (дата обращения 15.07.2021).
10. Соколов Б.Г. Компенсационный проект музея // Триумф музея? СПб., 2005. С. 35.
11. Титлякова А.А. Дремучее царство растений Б.Пастернака глазами ученого-эколога. — М.:ФОЛИУМ, 2008. — 132 с.
12. Фирсова А.В. Географическое пространство в литературных произведениях как ресурс развития туризма : специальность 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география»: диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук / Фирсова Анастасия Владимировна. — Пермь, 2013. — 216 с.
13. Фирсова А.В., Григорьева М.И., Лившиц Е.В. АРТ-медиация: технология создания инклюзивных экскурсионных программ// Современные проблемы сервиса и туризма. 2/2021 (Т. 15). С. 47–57.
14. Фуко М. Интеллектуалы и власть. Избранные политические статьи, выступления и интервью. Часть 3. Пер. с франц. Б.М. Скуратова под общей ред. В.П. Больщакова. М.: Практис, 2006. 320 с.

ПУТЕШЕСТВИЕ ГЕОГРАФА: ОЧЕРКИ И ЭССЕ

В.В. Абашев

Пермский государственный национальный исследовательский университет

М.П. Абашева

Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет

УДК 910:3

ПОРТУГАЛИЯ: ОКНО В ОКЕАН

Океанский простор и мыс Кабу де Рока — крайняя точка Европейского континента, герои-капитаны — Бартоломеу Диаш, Вашку да Гама, Педру Алвариш Кабрал, Магеллан, сплетение морских мотивов в каменной резьбе «мануэлино», искусство «азулежу» — белосиней керамики, не боящейся ни дождя, ни жары, старинные замки, соборы и улочки Лиссабона, Порто, Синтры, башня-лабиринт Посвящения Монтеиру, поэзия Фернандо Пессоа, воплотившая «сaudade» — тоску по небывалому и недостижимому, кофе и портвейн — все это символы золотого века Португалии, Эпохи Великих географических открытий.

Ключевые слова: Атлантический океан, Кадис, Геракл, старый город, прогулка.

V. V. Abashev

Perm State University

M. P. Abasheva

Perm State Humanitarian Pedagogical University

PORUGAL: A WINDOW TO THE OCEAN

The ocean expanse and the Cape of Cabo de Roca — the extreme point of the European continent, the heroes-captains — Bartolomeu Dias, Vasco da Gama, Pedro Alvaris Cabral, Magellan, the interweaving of nautical motifs in the stone carving “Manuelino”, the art of “Azulejo” - white and blue ceramics, not afraid of rain or heat, ancient castles, cathedrals and streets of Lisbon, Porto, Sintra, the labyrinth tower of Dedication to Monteiro, the poetry of Fernando Pessoa, who embodied “saudade” — sadness for the unprecedented and unattainable, coffee and port wine are all symbols of the golden age of Portugal, the era of great geographical discoveries.

Keywords: Portugal, Age of Discovery, Lisbon, Porto, Pessoa.

Хорошо в один прекрасный день с восточного лесного края Европы, из Перми, махнуть на край западный — и обнаружить себя на скалистом мысе Кабу да Року. Географически здесь

крайняя точка континента. Дальше — ни пяди земли, только океанский простор, физическое ощущение безграничья, тысячи ультрамариновых миль и тянущая к себе, убегающая, тающая в воздухе дымка горизонта. А где-то за спиной на другом краю Европы — зеленые валы Басегов.

Прибой на Кабу да Року почти не слышен, тут слишком высоко — метров сто до воды; лишь по размаху валов, налетающих на утесы, и столбам взлетающей пены можно представить, какой там внизу грохот. На горбушке мыса долго не простишь: холодный ветер пронизывает и чуть не сбивает с ног. Только спрятавшись в камнях, поймешь, что португальское солнце по-прежнему печет во все свои 35 градусов.

© Абашев В.В., Абашева М.П., 2021

Абашев Владимир Васильевич,
д. филол. н., профессор, зав. кафедрой журналистики и массовых коммуникаций ПГНИУ;

vv_abashev@mail.ru

Абашева Марина Петровна,
д. филол. н., профессор кафедры теории, истории литературы и методики преподавания литературы, Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет;

m.abasheva@gmail.com

* Очерк впервые опубликован в журнале Аэропорт Пермь, №08, 2012 г.

Край земли помечен высоким каменным крестом. Такие кресты — падраны — стоят на открытых португальцами побережьях Кабо Верде, Зеленого Мыса, Анголы, Мадагаскара, Мозамбика, Гоа, Бразилии, Макао. Всюду, где, раздвигая границы мира, причаливали португальские каравеллы в золотой век Португалии, в Эпоху Открытий. Эта эпоха не прошла даром: сегодня на языке 11-миллионной страны говорит 200 миллионов в разных концах света.

Герои Португалии — капитаны. Бартоломеу Диаш, Вашку да Гама, Педру Алвариш Кабрал, Магеллан и десятки других. Сегодня все они вместе с португальскими королями, направлявшими свои корабли к берегам Африки, Индии и Бразилии, разместились на палубе одной каравеллы под каменными парусами. Громадный монумент Открытий стоит на берегу реки Тежу в Лиссабоне. Отсюда каравеллы уходили в океан. Этот район Лиссабона называется Белем — Вифлеем.

Море стало религией и искусством Португалии. В 1755 году в Лиссабоне случилось страшное землетрясение. Город был практически уничтожен, погибло 90 тысяч человек. Белем устоял, и с ним сохранились памятники Эпохи Открытий — монастырь ордена иеронимитов Жеронимуш и Torre de Belém (Белемская башня). Это форт, защищавший вход в устье Тежу.

Монастырь построен на месте древней часовни, где Вашку да Гама молился в 1497 году перед отплытием на поиски Индии. Монастырь построен королем Мануэлом Первым. В новом стиле — стиле Открытий. «Мануэлино» — след, который Португалия оставила в истории искусства: португальские резчики по камню увидели красоту грубых корабельных канатов и узлов, изумились экзотическим формам привычных для моряков кораллов и морских раковин. Причудливое сплетение морских мотивов стало знаком мануэлино. В основании крестов на башне монастыря Жеронимуш установлена армилярная сфера — геодезический прибор, определявший курс корабля.

Лиссабонские улицы, вымощенные черным и белым камнем, отполированы до блеска рыбьей чешуи. В узеньких переулках Алфамы и Байру-Алту пахнет жареной треской и бразильским кофе. Лучший кофе — в кафе «Бразилейра», где всегда людно, и среди шумящей толпы неподвижен только бронзовый Фернандо Пессоа, великий поэт Португалии, передавший звучание ее тайны, ее вековечного устремления.

Что за край, о котором рассказы
Бесконечно заводят прибой
И которого перед собой

Мореход не увидел ни разу?
И не слышно скончанья рассказу,
И рокочет бурун голубой
Про страну, недоступную глазу.
Только гулом прибоя единственным
Этот край о себе говорит,
А для зренья навеки закрыт
Ибо как в эту землю пройти нам?
Ибо кто эту землю узрит
На просторе, от века пустынном?

В этих строчках есть то, что португальцы называют «саудаде» — тоска по небывалому и недостижимому. Чтобы это услышать сегодня, нужно поздним вечером, когда Лиссабон начинает закипать, направиться в один из бесчисленных ресторанчиков, где исполняют фаду. Это щемящие, иногда надрывные романсы под аккомпанемент двенадцатиструнной португальской гитары. Женщина в черном поет о кораблях, ушедших в море, о грусти расставания, и о том, что называется саудаде.

Морем же рожденный портвейн — это вкус Португалии. Чтобы сохранить виноградное вино при морских перевозках, в него стали добавлять брэнди. Забудьте все, что вы знаете о портвейне по советским временам и крымским впечатлениям! Портвейн производят только в одной точке земного шара — в Порто, древней столице Португалии. Это город, который не забудешь, куда хочется возвращаться. Его дома-столбики, сложенные из гранитных глыб и разукрашенные разноцветной плиткой, карабкаются по высоким каменным холмам над рекой Доуро. Там, где река впадает в океан, всегда висит облако тумана. Иногда облако окутывает город и тут же рассеивается — и сказочный город на горе снова сияет... Только в Порто вы узнаете по-настоящему, что такое искусство азулежу. Сине-белые керамические панно (а ведь просто плитка!) рассказывают библейские истории с гранитных стен древних соборов. Такая живопись не боится ни дождя, ни солнца.

На горном хребте, как и Порто, разместился городок Синтра — летняя резиденция португальских королей. Король-мечтатель Фернанду построил здесь романтический замок Пена — фантазию в духе рыцарских времен и Эпохи Открытий. (Что-то в этом роде, только в миниатюре, есть у нас — Ласточкино гнездо). Пена заполнена туристами. Но не всякий найдет жемчужину Синтры — замок и таинственный парк Кинта да Ригалейра. Его творца, Аугусту Монтеиру, звали миллионщиком. Заработанное на торговле бразильскими изумрудами и кофе сказочное

состояние он вложил в каменистую землю имения баронов Ригалейра — и создал чудо. Монтеиру был разносторонне образован, увлекался оккультными учениями, состоял, очевидно, в масонском ордене. Он построил парк-текст, воплощающий путь Посвящения, изобилующий загадочными мифологическими, религиозными символами и образами культуры. Пройдя череду запутанных аллей, прекрасных садов и гротов, пропадающих в буйных зарослях гортензий, вы, наконец, попадаете в бесконечный подземный лабиринт, своды которого выложены истощенными морем камнями, похожими на стагматы. Сегодня главные ходы лабиринта подсвечены, но боковые ответвления уходят в непроницаемую тьму, и страшно себе представить, что чувствовали вновь посвящаемые сто лет назад, во времена Монтеиру.

Пробравшись наконец в чрево горы, вы оказываетесь на дне 30-метрового каменного колодца. Представьте Пизанскую башню, вывернутую наизнанку и врезанную в глубину скального массива. Это и есть башня Посвящения Монтеиру. Девять витков восхождения — и вы на залитой щедрым солнцем вершине. Вдали — бесконечный разбег океана.

Это Португалия. Это голос ее, Пессоа:

Но в пространстве зияют проходы:
Отыщи их — и выйдешь отсюда
Ты в страну несказанного чуда,
И расходятся сонные воды,
Вырастают старинные грады,
Где шагает под гулкие своды
Седовласый и белобородый
Наш король из волшебной баллады.

А.В. Кузьмин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 796.5

СЛОВАРЬ СПЛАВЩИКА

Пермский край известен как регион с богатой и разветвленной гидрографической сетью. Реки, стекающие с западного склона Урала, необычайно живописны — это популярные среди туристов Вишера, Яйва, Вильва, Усьва, Койва, Чусовая, Сылва и др. Водный туризм на катамаранах — традиционная форма проведения студенческих практик. Можно сказать, что в Пермском крае сформировалась особая субкультура студентов-сплавщиков, которые являются носителями своих традиций, в том числе своего словаря. Автор статьи, турист-походник с 20-летним стажем, обобщает свои наблюдения за речевой культурой сплавщиков, фиксирует бытующий в их среде сленг и жаргонизмы. Словарь включает общепринятые в водном туризме понятия и окказионализмы, в том числе ироничные. Отдельные ситуации, в которых необходим словарь сплавщика, встречаем в романе А.В. Иванова «Географ глобус пропил». Неоценимую помощь в составлении словаря оказали выпускники географического факультета ПГНИУ. Словарь может быть полезен молодому человеку, впервые отправляющемуся в водный поход, а также специалистам, изучающим речевую практику представителей туристских субкультур.

Ключевые слова: водный туризм, сплав, словарь, сленг.

A.V. Kuzmin

Perm State University

RAFTER'S DICTIONARY

The Perm Territory is known as a region with an extensive hydrographic system. The rivers flowing from the western slope of the Ural mountains are unusually picturesque. Such rivers as Vishera, Yayva, Vilva, Usva, Koiva, Chusovaya, Sylva, etc., are popular among tourists. Water tourism on catamarans is a traditional form of student practice. We can say that in the Perm Territory has formed a special subculture of students-rafters with specific traditions, including their own vocabulary. The author of the article, a rafter with 20 years experience, summarizes his observations of the rafters' speech culture and captures their slang. The dictionary includes generally accepted in water tourism concepts and occasionalisms, including ironic ones. Some situations in which a rafting dictionary is needed are found in the novel by A.V. Ivanov "The geographer drank the globe". Graduates of the Faculty of Geography of the Perm State National Research University provided the great assistance in compiling the dictionary. The dictionary can be useful for a person who goes on a water trip for the first time, as well as for specialists research the speech practices of tourist subcultures.

Key word: water tourism, rafting, dictionary, slang.

А — абstinенция — обязательное посттравматическое состояние любого культурно отдохнувшего туриста-сплавщика, подверженного алкогольному доминированию. Как правило, абстиненция сопровождается отсутствием аппетита, легким потрясыванием внутренних органов и конечностей, плохим сном, желанием заболеть с утра перед работой.

© Кузьмин А.В., 2021

Кузьмин Антон Владимирович,
выпускник Пермского национального исследовательского
университета, режиссер театра и телевидения, турист;
a151083k@yandex.ru

Б — батарейки — то, без чего не может состояться ни один сплав, если на нем присутствует постоянный член команды Эмиль Яппаров, более известный в кругах туристов-сплавщиков как Якутяночка. Постоянное напоминание купить батарейки вызывает у участников сплава восторг и уважение. Батарейки все же, как правило, покупаются, но не пригождаются. «Да купим мы тебе твои батарейки!»

В — весло — специальное приспособление в виде узкой лопаты для приведения катамарана в движение посредством гребли на протяжении всего пути из пункта А в пункт Б

с регулярными перерывами на «курим», «наливай», «он уснул» и др. Также известны случаи его использования в качестве средства стимулирования путем удара в затылочную часть головы или любой другой части тела, а также музыкального инструмента (зачастую, гитары) во время исполнения горячо любимых музыкальных композиций. Еще реже весло используют для передачи топлива до 40 градусов в небольших емкостях. В случае утери весла во время движения необходимо пулей вылететь с катамарана за ним, иначе есть шанс не доплыть в пункт Б и получить веслами от других членов команды. («А где весло? А, вот...»).

Г — «Греби давай!» Резкий и громогласный выкрик капитана катамарана или его членов в момент наступления непреодолимой опасности в виде прибивания к Берику Дондарриону («Игра престолов»), речных перекатов или порогов, а также когда катамаран обездвижен или его разворачивает кормой вперед. Подобная просьба зачастую обращена к конкретному человеку и нередко сопровождается указанным выше средством стимулирования. В момент выкрика возможны резкий трепет конечностей; заикание; временное отрезвление. Если вы услышали этот выкрик, нужно немедленно собраться и выполнить просьбу орущего во избежание конфликтных ситуаций на вашем судне, а также последующего обязательного хирургического вмешательства.

Д — дно. Совокупность необратимых процессов, часто встречаемых на летних «матрасных» сплавах по рекам Пермского края. Различают 3 типа дна. Первый тип — дно реки. Сложная конфигурация речного русла горных рек, имеющих донные отложения, в основном, четвертичного периода кайнозойской эры, а также резкое снижение объемов речного стока в летний период, заставляют туристов-сплавщиков часто сходить с катамаранов в нетрезвом состоянии и выполнять роли то сына Божьего, то бурлака, то человека с хорошо работающими почками. При встрече с первым типом дна необходимо громко и четко сообщить капитану катамарана «Приплыли!» для последующего изнуряющего прохождения препятствия. Второй тип — дно, на котором мы все, так или иначе, окажемся благодаря высокоградусным напиткам. При достижении максимально красно-кровавого уровня опасности на ожесточенный и неистовый взгляд капитана «Все на дноооо!!!» абсолютно всем членам катамарана рекомендовано хором и синхронно заорать нечеловеческим голосом «Дноооооо!!!!» Третий тип — дно, которое, как правило, вылетает, преимущественно,

в утренние часы. Вылеты дна (днища) могут быть многоократными, если ты намедни принимал пищу без хлеба, в том числе жидкого. При возникновении непреодолимой тяги к сбрасыванию третьего типа дна необходимо во всеуслышание объявить о своих намерениях и немедленно отправиться «минировать» близлежащие кустарники во избежание безусловных физиологических катастроф на катамаране.

Е — еда. Это всё, что можно есть и пить. Во время сплава есть три вида еды. К первому типу еды можно отнести всё, что нужно варить, тушить и жарить. Она — сытная, горячая, но требует усилий при готовке, потому что этим должны заниматься дежурные, а они вчера устали. Второй — закуска: паштеты, сыры, кабачковая икра и другие биомассы, которые можно намазать и съесть. Её подачей занимаются самые аккуратные члены команды катамарана (так называемые — «подавющие»). При ее употреблении часто говорят — «не превращайте закуску в еду». Третий тип — жидкий хлеб, в том числе, прозрачный. Эксперты не советуют употреблять исключительно третий тип еды.

Ё-маё (и его вариации) — эмоциональное междометие, происхождение, применение и смысл которого уходят далеко в прошлое наших Создателей. Бывалые сплавщики говорят, что оно также необходимо в походе как нож, палатка или весло, потому что с помощью него можно нанести удар, спрятаться от напасти или морально уничтожить. Вот лишь несколько случаев, в которых возможно употребление междометия:

1. Обозначение досадности ситуации: «Да ё..., сапогом воду зачерпнул!»
2. Обозначение степени интеллекта человека: «Ё.., крышку-то закрой на котле!»
3. Побуждение к действию: «Рюкзаки грузите, ё...!»
4. Риторическое восклицание: «Да ё...! Сколько можно грести!??»
5. Определение своего состояния, проверка голоса на наличие и привлечение внимания к себе после выхода из палатки с утра: «Ё...»)

Ж — жизнь. Это то, за что упорно и активно борются туристы-сплавщики в течение нескольких дней. Опасности подстерегают и преследуют, как правило, повсюду: по пятам, по стопам и даже стопкам. Главное, заблаговременно сработать на опережение и не подпустить к себе нежелание клеток продолжать процесс деления. Особенностью жизни на сплаве является процесс пробуждения. Проснулся — значит выжил. Для возобновления жизненно важных физиологических процессов и поддержания

тела в устойчивом равновесном положении необходимо немедленно пройти процедуры, стабилизирующие целостное физическое и морально-нравственное состояние организма путем принятия соответствующих препаратов лекарственного или хмельного характера. Признаками жизни на сплаве являются: способность внятно изъясняться; самостоятельно передвигаться, минимум, на двух конечностях; совершать благоразумные поступки во благо окружающих и человечества. Несмотря на предупредительные меры в виде заявки, отправленной в МЧС по Пермскому краю, рекомендуется соблюдать меры безопасности на воде и речных надпойменных террасах, а также воздержаться от конфликтных столкновений с незнакомцами.

З — «За поворотом!» Указание места, используемое при перемещении на воде. Единственный термин, который более или менее понимают все члены катамарана, вне зависимости от специальности: «пусть мы историки, пусть — политологи, международники и управленцы». Используя этот термин, команда катамарана определяет место, при достижении которого будет перекур, подача запотелой, начало усиленной гребли (см. «Иии ррраз!!!») или остановка на ночевку, а возможно и остановка сердца, если кто-то не перестанет грести. Иногда команда пренебрегает обговоренным планом по поводу места начала активной атаки по водной глади и тогда, за поворотом начинается новый поворот, но мотор не ревет, потому что капитана катамарана опять никто не послушал, а он говорил!

И — «Иии ррраз!!!» Команда капитана или членов команды катамарана, при которой все гребцы незамедлительно должны погрузить свои весла в воду и начать активно производить поступательные синхронные движения в целях дальнейшего продвижения плавательного судна в конечную точку. В случае саботажа одного из членов команды капитан катамарана может проломить ему череп или сломать хребет (см. «Весло»). Как правило, подобные синхронные движения не выполняются дольше 1 минуты, ибо занятие фитнесом не предусмотрено настоящим словарем. Во время того, как гребцы активно налегают на весла, остальные, не занятые этим священнодействием, члены команды должны (даже обязаны!) своевременно подготовить так называемую «подачу» для горе-синхронистов, поскольку их усталость не будет иметь границ. По умолчанию подача состоит из запотелой стопочки, закуски в виде бутерброда или напитка в виде морса. Для курящих должна быть качественно прикурена сигарета и аккуратно и бережно (без трепора) помещена

в межгубное пространство, так как руки гребцов наверняка будут замочены в уральских водах.

К — «Курим», а также производные «покурим», «может покурим» — одна из основных команд, подаваемых командиром катамарана с целью предоставить отдых членам команды. Как правило, команда подается за поворотом (см. «За поворотом»), но частота перерыва на перекур зависит от качества работы подающих. Отметим, что некурящие члены команды в момент перекура должны произнести «Да вы задолбали!» и усиленно следить за направлением катамарана. В противном случае, потоки воды или сам Перун решат поиграть с катамараном и закрутят его. При этом, на усмотрение командира, катамаран можно либо выравнивать (в т.ч. курящим), либо поддаться соблазну и закрутиться. Второе предполагает команду «Крутимся», смех всех членов команды, сложение весел, подачу запотелых рюмок, прибитье к Берику Дондарриону («Игра престолов»), пробитие дна (в отдельных случаях), доставание сикелей, снова подача запотелых рюмок и, в конечном счете, построение дачи на месте остановки, потому что «Давайте уже никуда не поедем!». (Ключевые фразы — «Курить люблю...», «Курить ееешь — нееетт?!?!» (по просьбе сплавщиков на стоянке может быть рассказана древняя легенда о том, как удмурты научились курить).

Л — лягуха. Необходимое средство для накачивания гондол. Управляется мастером гондольной установки (далее — МГУ), которого выбирает команда. Как правило, это совершенно нетрезвый член команды, еще способный стоять на одном месте и путем нажатия на лягуху выполнять нехитрые движения одной из нижних конечностей. Время накачивания гондол прямо пропорционально времени и качеству накачивания МГУ. Во избежание чрезвычайных ситуаций лягуха должна непременно находиться на каждом катамаране с целью дальнейшего использования на маршруте, поскольку громоздкие тела сплавщиков способны время от времени вытравливать воздух из гондол. В случае резкого снижения давления в гондолах следует незамедлительно прикальпить к Берику Дондарриону («Игра престолов») и присовокупить лягушиный шланг прямо к родимой, но изрядно опустошенной, гондоле. Закачав необходимое количество атмосфер в гондолу, команда может смело отправляться в путь к дальнейшим приключениям. В случае безвозвратной потери лягухи члены катамарана моментально могут начать обращаться за помощью к Богу, который они наверняка не получат, ибо грешники, и не ведали, что творят.

М — «минное поле». Безбожно эксплуатируемое пространство на второй надпойменной речной террасе, занимаемое туристами-сплавщиками, в целях удовлетворения своих естественных потребностей в части, касающейся сбрасывания лишних килограммов, а также установления контрольных меток в виде экспресс-крементов (см. дно). Для обнаружения своей точки дефекации необходимо отойти от лагеря на безопасное для окружающих расстояние, провести тщательный мониторинг окружающей местности на наличие или отсутствие прежних эпицентров отложений, внимательно приглядеться — нет ли в округе посторонних, занять удобное эстетическое положение и, опустив исподнее резко дать «по газам». Для завершения «минирования» территории рекомендуется с помощью туалетной бумаги установить указательный предупреждающий знак, а также убедиться в отсутствии насекомых на кожной поверхности тела и поверхности одежды. Вернуться в лагерь полагается довольным и готовым дальше продолжать увлекательное путешествие.

Н — «Наливай!» Побудительное, но, отчасти, формальное обращение с целью призыва своих соратников под знамена с последующим опрокидыванием запотелых стопок. Истоки происхождения восходят к древней традиции племени бардов («Разговоры еле слышны...»). По легенде, воспевая песни о беседах с низким уровнем звука, они произносили именно это слово, что, в конечном счете, приводило к сломанным гитарам, судьбам и даже жизням. Эксперты давно сошлись во мнении, что в контексте сплава использование данного глагола в речи не имеет четких правил, а, напротив, предполагает рандомное и хаотичное его использование любым из членов команды до тех пор, пока уста его не сомкнутся в глубоком сне где-то под березой. Отрицательной реакции или бездействия в ответ на возглас история еще не знает.

Примеры:

1. — Ну че, пацаны? — Наливай, че!
2. — Всё, встали! — Наливай!
3. — Перун злится, дождь пошел! — Наливай скорее!
4. — А че, гречка без всего? — Наливай давай!

О — опасюки (ударение на «и») — термин, применяемый к исключительно утреннему состоянию *Homo erectus*, когда он не способен воспроизвести в памяти всё то, чем он занимался на сплаве в крайнюю ночь. Этимология слова уходит корнями в те годы, когда в университете существовали только 3 факультета (географический, исторический и филологический). Давняя дружба трех перечисленных

факультетов и совместное частое культурное времяпрепровождение спродуцировали данное понятие. Термин обозначает опасность перед теми вещами, которые сплавщик мог совершить, будучи в глубоко нетрезвом состоянии, и о которых он, естественно, не может вспомнить наутро (страх перед неизвестностью). Наиболее часто встречающиеся выражения:

1. «А че вчера было?»
2. «Я нормально себя вел/а?»
3. «Как я проснулся/ась в чужой палатке?»
4. «А почему у меня топор в спине?»

Как правило, человеку, у которого наблюдаются опасюки, инкриминируются дела, которых они даже не совершал. Это делается только смеха ради, а не для того, чтобы он пошел и от стыда утопился. Опасюки отпускают человека только в случае его повторного опьянения или восстановления всей картины событий прошлого вечера и ночи. При появлении симптомов опасюков рекомендуется заблаговременно извиниться перед всеми членами команды, предложить им опрокинуть парочку запотелых и подробно разузнать о всех тех событиях, произошедших намедни с его непосредственным участием.

П — «Пошли в прикол!» Незатейливый маневр, при котором катамаран оказывается на участке реки со степенью риска 0,5 или даже две по 0,5. Неровности на поверхности реки создаются за счет сильных колебательных движений (это и есть «прикол»), при преодолении которых судно кивает так, что иногда членам команды хочется кивнуть в ответ богу смерти. Среди обычных реакций у проходящих прикол наблюдался наигранный ор и проигранные в голове моменты жизни, изливание всего содержащегося из их запотелых, заливистый смех и заливание воды в сапоги, пятикопеечные глаза от страха и пятикопеечные старания удержать свои вещи на катамаране. Отметим, что это одно из немногих развлечений при движении по реке во время сплава, которое доступно в том числе трезвым. В вопросе идти в прикол или нет, последнее слово остается за капитаном. Некоторые ошибочно полагают, что упавший с катамарана не справился с приколом, хотя по сути он просто забыл считать количество запотелых, устал грести и решил пойти пешком, но сила натяжения жидкости не способна вынести всей его грешной туши, поэтому вода просто несет его рядом со своими соплеменниками, которые в этот момент продолжают бороться за жизнь в битве под названием Сплав. (- О, прикол!... Пошли в него!)

Р — «Развернуло...» (глагол, характеризующий состояние плавательного средства, при котором всем его членам (даже капитану)

абсолютно не важно, какой курс держит катамаран. Как правило, так обречено говорят, когда судно разворачивает ровно на 180 градусов, а затем начинают совершать какие-либо действия исключительно «подающие» (см. курим, наливай). Таким образом, катамаран может находиться в подобном положении или крутиться вокруг своей оси до тех пор, пока кого-то из членов команды данная ситуация не приведет в состояние аффекта («Сколько можно крутиться? Может уже дальше поплы-вем?») Возможна ситуация, когда судно попадает в перекат или водоворот (см. «Пошли в прикол!»), при которой очень важна слаженная работа всех гребцов. В данной ситуации, даже при условии, что все встрепенулись и схватились за весла, напрасно думать, что вы удержите судно параллельно водному потоку. Команды капитана будут расценены как излишне агрессивные, а из состояния нирваны выходить ой как не хочется.

С — стоячка — от слова «стояк» — неко-лышащийся — участок реки, на котором отсутствует какое-либо течение, даже течение в запотельные. Вода стоит, как урод («Стой, урод!» Н.Г. Циберкин). Из запотельных на борту только члены команды, которые гребут веслами, как бы это делал Голлум (Дж.Р.Р. Толкиен «Хоббит, или Туда и обратно», «Властелин колец»), зная, что там, за поворотом (см. «за поворотом»), его ждёт та самая «моя прелесть». Для передвижения по стоячке характерно полное молчание среди членов команды. Тщетные попытки подающих хоть как-то поддержать гребущих обрываются криком. В рот не берется сигарета, потому что вдыхать дым некуда, легкие убраны в котел со вчерашними рожками. Как только гребущий сменяет темп гребли на менее интенсивное поглаживание воды, он тут же получает мокрым веслом (см. «весло»). Есть мнение, что на самом деле в этот момент гребут только передние, потому что задние находятся вне зоны внимания (но это не точно). Завершает движение по стоячке радостное журчание воды, водки по запотельным, зажигалок по сигаретам и громкое, лающее, как пермская безнадзорка: «Я в следующем году без мотора на сплав не пойду, запомните!»

Т — табанить (процесс управления катамараном с помощью весел, когда требуется подрулить, повернуть, припарковать судно. Как правило, сопровождается громким выкриком капитана «Табаним!!!», после чего гребцы, находящиеся только на одной гондоле должны беспрестанно совершать синхронные движения в противоположную сторону, против течения реки. Подобные движения могут совершаться самостоятельно, если капитан устал

и не выходит на связь, а катамаран разворачивает или неуклонно несет к Берику Дондарриону («Игра престолов»). Следует помнить, что табанят обычно сидящие сзади (на корме), делая это сообща, попеременно и не параллельно. Параллельно обычно всем остальным членам команды, которые в это время занимаются созерцанием прекрасного. Если катамаран набрал крейсерскую скорость (что невиданная роскошь!), следует аккуратно подтабанивать, дабы не замедлиться и снова не превратиться в похожие на остальных матрасы. Табанить необходимо упорно, прикладывая неимоверные усилия, до развязывания пупка или венозных вздутий.

У — «Утонула...» — констатирующее факт, выражение для введения всех в курс случившегося выпадания с катамарана вещи (не путать с выпадением дна). Последствия для причастных к неприятному казусу могут быть разные, их классификация варьируется от «да, ладно» до ритуала сбрасывания в вальгаллу (чит. как в реку) самого потерявшего. Последнее характерно при утере трёх вещей: весло, колонка и прозрачный хлеб. Утеря последнего может привести к инфаркту миокарда и пиратству по отношению к другим командам. Потеря вещей возможна примерно на третий час, когда подающие уже изрядно накачали гребущих и перешли к самоистреблению. Особый риск утери вещей возникает при желании достать что-то неимоверно важное со дна сумкинса (опять же, не путать с дном, которое выпадает): салфетки, дождевик, другую обувь, пауэргэнгбэнг и пр.

Ф — фарватер. Участок реки, глубина которого не позволяет совершать прогулки по воде в силу отсутствия сверхъестественных способностей сплавщиков, особенно когда туристы сильно измощдены, и их мысли начинают путаться в зарослях разума. От других участков речного русла фарватер отличается непроглядностью дна. Обычно, чтобы нащупать дно реки, сплавщики строго вертикально опускают весла в воду и пытаются достать до донных отложений пока весло не упрется в них. Нередки случаи, когда, вследствие данной процедуры, туристы с ярким «Ё...!» (см. Ё-маё) летят в воду не для того, чтобы искупаться, а, видимо, чтобы пропрэзветь. Другие оправдания им не находятся. Рекомендуется, по возможности, отказаться от прощупывания дна на участке фарватера: ихтиологами вы, скорее всего, уже не станете, а вот пищей для водных позвоночных животных вполне. Фарватер может иметь как быструю скорость течения, так и медленную. На быстрых участках фарватера принято орать: «Всё! Идем на КМС!». При этом вся ответственность за прохождение возлагается

на капитана и руководителя боевой подготовки экипажа. На медленных участках фарватера или плёсах принято... (см. стоячка). Ответственными за обнаружение фарватера, а также камней, валунов, перекатов и прочих опасностей, как правило, назначаются туристы, сидящие на носу катамарана. Заметив опасность, необходимо заблаговременно сообщить об этом капитану судна, дабы предотвратить неизбежность катастрофы и не совершить «Ошибка Зыкова», о которой будет рассказано ниже.)

Х — «Чего ноешь?!» Вопросительно-риторический возглас, используемый в адрес обезумевшего от жизненных (если это можно назвать жизнью) трудностей туриста во время сплава. Используется в качестве главного контраргумента на жалобы члена команды, при этом совершенно неважно — обоснованные они или же нет. Непоколебимость принципа подтверждается из года в год. Оспорить его пытались многие: не опохмелившиеся с утра ходоки, утомленные солнцем, утомленные солнцем-2, провинившиеся перед Перуном, кормящие животный мир рек не переработанным до конца паштетом и даже те, кто ходит по мозолям. К последним относится фотограф Зыков, который запомнился во время одного из походов «катамарана смертников» своими дерзкими выходками и наилупнейшими ошибками, а именно:

- поглаживание веслом по воде в момент, когда необходимо было налегать конкретно вовремя стоячки (см. «стоячка»);

- секундная утрата зрения во время моргания, когда перед катамараном был валун, последующий неуместный смех, когда в воде оказались две самые главные буквы (А и В), он же капитан, а также отказ сойти с катамарана для его протаскивания через мель.

Именно аргумент «Чего ноешь?» в лице трех других гребущих заставил его встать с катамарана на свои мозоли размером с лунный кратер во всю стопу и через слезы и кровь дать «катамарану смертников» еще один шанс.

Ц — целоваться (как в первый раз) — первозданный процесс на постоянной основе для удовлетворения естественных животных нужд, возникающий по взаимному желанию, как правило, между людьми противоположного пола путем слияния губ и, таким образом, разрушающий девственность бытия. В силу постоянно присутствующего музыкального сопровождения на сплаве могут включаться композиции, которые ранее были расценены туристами как те самые, под которые и произошел у них в жизни (пусть и формально) тот самый первый поцелуй. В такие моменты каждому необходимо громко и по возможности

членораздельно произнести «Я под эту песню в первый раз поцеловался(ась)!». Дальнейшие действия могут иметь непредсказуемый характер как для человека, который произнес эту реплику, так и для окружающих. Песни, под которые вы целовались, могут звучать в неограниченных количествах, но при соблюдении этических мер дозволенности и вероисповедания.

Не рекомендуется целоваться, если:

- вы причалили к Берику Дондарриону («Игра престолов») и ждете, пока кто-то минирует надпойменные террасы;

- у вас социопатия и нет настроения;

- нарушена координация в движениях и мыслях (см. опасюки);

- кто-то в моменте курит (привет, ожоговый центр!);

- кто-то эвакуирует содержимое желудка;

- вы уже целовались с кем-то другим.

Рекомендуется целоваться, если:

- вам очень хорошо;

- вам невозможно сильно нравится песня;

- у вас есть, чем прикрыться;

- у вас есть планы на будущее;

- вас не накажут родители.

Дальнейшие поведенческие инструкции носят сугубо индивидуальный характер.

Ч — чалка (морковка, спасконец). Средство на веревке, которое обеспечивает подтягивание катамарана к Берику Дондарриону («Игра престолов»). Представляет собой нетонущую в воде вещичку (иногда в виде поролоновой морковки или подушечки из пенопласти), которую члены катамарана забрасывают стоящим на первой надпойменной террасе людям, чтобы те, в свою очередь, могли, схватившись за привязанную к судну и чалке веревку, спасти туристов, терпящих неминуемое бедствие на воде. Чалка на летних сплавах, как правило, никогда не используется. Богу смерти мы всегда говорим: «Not today!», и, как известно, «Что мертвое, умереть не может!» («Игра престолов»). Поэтому брать чалку с собой в это время года бессмысленно. Вместо того, к катамарану часто привязываются пакеты с алкогольными напитками для их дальнейшего погружения в воду и охлаждения, надувные игрушки с последующим присвоением каждой имени (Коля, Валера, Эдик, мастер Геннадий, Эвелина,). Делается всё это под предлогом — «Чем тупее, тем прикольнее». Если все-таки течение сильное, а на катамаране из живых остались только надувные игрушки, поющий из jbl-устройства Тима Белорусских и размазанный по гондоле утиный паштет, а пристать к Берику Дондарриону («Игра престолов») уже не представляется возможным, чалкой может послужить:

весло; летящий и делающий пробоину в гондоле нож; автор в болотниках (но это не точно).

Ш — шшишиши... (сдувается гондола) — шипящий звук, характерный для сдувающейся гондолы. Реакция на звук зависит от обстоятельств, при которых она сдувается. Есть два типа людей (по мнению М. Коржа) и два обстоятельства (которые так сложились). Первое — плановое (гондолу сдувают после окончания сплава, в ожидании погрузки). Самый любебильный турист срывает клапан, желательно только у гондолы, чтобы снова мыть не пришлось, и начинает характерными движениями увеличивать давление у надутой, с целью выпустить воздух, который ранее туда загнали лягушкой (см. «лягуха»); обнимать как родную мать, давить личину, душить удава и т.д.

Второе обстоятельство — внеплановое (в гондоле образовалась брешь, и воздух начал исчезать на глазах. Как правило, первым признаком этого являются мокрые трусики гребущих на носу, которые стали чуть ближе ко дну, хотя вроде еще запотелых принято не так много. Казус может быть вызван изначальным браком туринвентаря (не путать с браком туриста, он по любви).

Действия команды должны быть незамедлительными: во-первых, унизить виновного в случае его наличия и пробить ему «во внуцкую». Во-вторых, постараться исправить ситуацию на воде, подсоединив лягуху (см. «лягуха») и поднять давление в гондоле до уровня давления внутри команды катамарана. Если лягухи нет, помните, что самый лучший подарок — это подарок, сделанный собственными губами. Если ситуация исправляется, время подать и впредь наблюдать за надутой.

В-третьих, если ситуация патовая и команда становится претендентом на реальный «катамаран смертников» (см. «Утонула!»), необходимо добраться до Берика Дондарриона («Игра престолов») и с помощью ремнабора заштопать/заклеить пробоину. Заниматься этим должны самые трезвые туристы-сплавщики. В противном случае команда может начинать выбирать место для своей дачи и оставаться здесь, как неоднократно пелось, «до следующей весны»!

Щ — щемья (с удм. — семья) — сообщество сплавщиков, отправляющихся в увлекательное туристское приключение с целью прекрасного совместного времяпрепровождения на протяжении нескольких суток. Щемья начинает формироваться примерно за месяц до сплава. Проводятся многочисленные опросы по принципу «чекаво», идут нескончаемые флуд-полилоги. Выбирается маршрут сплава исходя из следующих критериев:

— Я на той реке еще не был, давайте отправимся в неизвестность!

— Не, пацаны, у меня почки. Да и ребенка не с кем оставить...

— Да надоела эта Усьва! Опять полреки пешком идти!

— Неее, я так далеко не поеду, у меня рассада на подоконнике завянет...

Когда щемья сформирована, и сданы кровные сбережения, начинается поиск личного снаряжения. Щемейные скрепы зарождаются уже в боевой фуре по пути следования на сплав с помощью дурманящих разум жидким веществом, а также последующих скрещиваний гидробластеров на бесконечных остановках. Окончательно ячейка общества заполняется по мере заполнения себя пищей, приготовленной на костре, и родимой запотелой, приобретая форму плотного кокона, когда катамараны уже готовы к их эксплуатации.

Правда, уже на второй и третий дни сплава щемейные узы начинают ослабевать в силу их изначальной псевдопрочности. Причины перечислять бессмысленно, так как каждый их трактует как ему вздумается.

Для минимизации духовных потерь рекомендуется, по возможности, относиться друг к другу толерантно. Если вы все-таки угодили кому-то веслом по спине или нечаянно сожгли чужую палатку, стоит, прежде всего, принести глубочайшие извинения пострадавшему. Если он вас все-таки простит, то нужно разделить с ним горе и боль путем совместного «мирового» принятия вовнутрь жидкого хлеба. Потому что «Нянь — Всему Голова»!

Э — «Эээээоооо!!!» Позывной, используемый членами команды катамарана для идентификации людей по принципу «свой-чужой». Инициатор переклички должен в момент тишины вытянуть горло, набрать воздуха (да побольше!) в легкие и как, князь Пождей князю Корепе (см. сказания удмуртского народа под редакцией А.В. Кузьмина), закричать нечеловеческим голосом «Эээээоооо!!!». В этот момент все причастные должны собраться под знамена (мысленно) и, где бы они не находились в этот момент, даже во время минирования (см. «минное поле»), выдать ответное «Эээээоооо!!!». Согласно жестким правилам, клич может использовать любой человек в любое время, когда ему только вздумается. После переклички необходимо оглядеть всех вокруг и улыбнуться друг другу, радостно произнеся «Наливай!» (см. «Наливай!»). Также возможно воспроизведение длинной версии, когда после протяжного «Эээээоооо!!!», дважды произносится короткое «эо», а также хоть сколько еще раз, пока инициатора не вырубят веслом (см. «весло»), комбинация этих двух незатейливых гласных букв).

Ю — Юпли — легендарный заменитель сокосодержащих напитков в виде пакетированного порошка, который разбивается в воде и употребляется, в основном, в качестве запивона более крепких напитков или при невыносимой жажде. Именно благодаря таким химозным порошкам, как Yurí, Invite и Zukó, поколение детей 90-х годов смогло выжить в спартанских условиях, не сдохнув от жажды в жару, играя и безобразничая во дворах, на игровых придомовых площадках, на верандах и крышах и в подвалах домов и сараек. Как правило, сплавщики транспортируют на сплав цистерну алкоголя и вагон сока. Для того, чтобы избежать излишних физических нагрузок, дополнительных подтягиваний штанов, растяжений спин, образований межпозвоночных грыж, вывихов, переломов конечностей и судеб, а также существенной экономии кровных заработанных и для уменьшения и оптимизации полезной площади катамарана, китайские ученые изобрели этот чудодейственный порошок (не путать со спайсом/солью). Способ применения: «просто добавь воды!»

Я — «Яхта, парус!» — название песни, под которую в первый раз поцеловались абсолютно все. Поется в ознаменование конца дня, туристического похода, любовной истории, жизненных сил, пяташки, нольпяшки и всего самого прекрасного, что есть в этом мире, и чье окончание можно обозначить как «кончилась путевка». Во время незатейливой мелодии рекомендуется делать не более затейливые движения типа покачивания вправо-влево, вперед-назад, а также туда-сюда. Во время исполнения принято стрелять глазками в сторону тех, с кем бы вы хотели в этом мире или хотя бы палатке на ночь находиться только вдвоем. Также необходимо с улыбкой вспоминать тех, кого плацкартный вагон в лице горячительной жидкости уже унес, пусть и не в новую Каховку, а все в ту же безмятежность под названием беспросветная синь. Не нормальным, но допустимым, считается менять местами слова песни «яхта», «парус», «ялта», «август», потому что не все ли равно!?

Яхта, парус,
в этом мире только мы одни
Ялта, август
и мы с тобою влюблены.

**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
5. Оценка туристского потенциала и туристское районирование
6. Культурная география
7. Экскурсионный практикум, музейное дело
8. «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 (7) /2021

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 000 «Литера»
г. Соликамск, Соликамское шоссе, 17.

Цена свободная

Подписано в печать 20.08.2021
Выход в свет: 07.09.2021
Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 14,8
Тираж 250 экз. Заказ 1894.

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 и туристскому брендингу.

в настоящий выпуск журнала включены статьи, которые поступили в редакционную коллегию журнала в соответствие с тематическими рубриками издания. Это статьи представителей академической науки, преподавателей, магистрантов, а также специалистов бизнес среды и практиков туризма из городов Владикавказ, Волгоград, Казань, Китченер (Канада), Москва, Пермь, Саранск.

В статьях рассмотрены вопросы теории и практики туризма, развития отдельных видов туризма в регионах. Ряд статей посвящен проблемам, которые испытывает отрасль в связи с введением мероприятий по предотвращению распространения COVID-19, вопросам внедрения цифровых технологий в сфере туризма. Раздел «Путешествие географа» носит беллетристический характер и включает оригинальные наблюдения, сделанные авторами во время поездок и походов.

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.

