



ТАВРИЧЕСКИЕ СТУДИИ

№ 42 (2025)

КУКИ *и* Т

Министерство культуры Республики Крым
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Республики Крым
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»

ТАВРИЧЕСКИЕ СТУДИИ

№ 42 (2025)

*Выпуск посвящается 10-летию кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности*

ИЗДАТЕЛЬСТВО
ТИПОГРАФИЯ



АНТИКВА

Симферополь
2025

*Рекомендовано к печати Учёным советом
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»
(протокол № 8 от 25.09.2025)*

Редакционная коллегия:

Главный редактор – В. А. Горенкин, заслуженный работник культуры Республики Крым, кандидат политических наук, доцент, ректор ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Заместитель главного редактора – А. Ю. Микитинец, кандидат философских наук, доцент, проректор по научной работе и информационной политике ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Члены редакционной коллегии:

Б. П. Борисов, доктор философских наук, профессор
А. А. Горбачев, доктор педагогических наук, профессор
Э. Э. Ибрагимов, доктор экономических наук, доцент, заслуженный работник образования Республики Крым
Н. И. Лубашова, доктор философских наук, профессор
В. И. Нилова, доктор искусствоведения, профессор
А. В. Норманская, кандидат культурологии, доцент, заслуженный работник культуры Республики Крым
О. В. Резник, доктор филологических наук, профессор
О. В. Романько, доктор исторических наук, профессор
А. В. Севастьянов, кандидат исторических наук
М. Р. Скоробогатова, доктор педагогических наук, доцент
А. А. Хлевов, доктор философских наук, кандидат исторических наук, профессор
А. В. Швецова, доктор философских наук, профессор, заслуженный работник образования Республики Крым
С. П. Шендрикова, доктор исторических наук, профессор
А. Д. Шоркин, доктор философских наук, профессор

Г. Н. Гржибовская, заслуженный работник культуры Автономной Республики Крым, – литературный редактор

И. В. Чепурина, кандидат филологических наук, доцент, – ответственный секретарь

О. П. Давыдова, кандидат филологических наук, доцент, – консультант по английскому языку

Таврические студии, № 42 / ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма». – Симферополь: ООО «Антиква», 2025. – 80 с.

Учредитель: Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Республики Крым «Крымский университет культуры, искусств и туризма».

Журнал включен в национальную информационно-аналитическую систему «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

За достоверность информации, содержание статей редакция ответственности не несет. Мнения, высказанные авторами в статьях, могут не совпадать с точкой зрения редакционной коллегии.

ISSN 2307-8758 (print)

© ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», 2025
© Оформление (оригинал-макет), ООО «Антиква», 2025

ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящий выпуск журнала посвящен 10-летнему юбилею кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма». Созданная в 2015 году как кафедра туризма, она была призвана обеспечить подготовку высококвалифицированных специалистов и научно-педагогических кадров для сферы туризма, гостеприимства и социально-культурной деятельности в Республике Крым и других субъектах Российской Федерации.

В 2023 году кафедра расширила направления своей образовательной деятельности, начав подготовку специалистов по профилю «Социально-культурная деятельность», а в 2024-м получила своё нынешнее наименование — кафедра туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности. За десять лет работы она выпустила более 200 компетентных специалистов, многие из которых успешно реализуют себя в профессиональной сфере не только в Крыму, но и в других регионах страны.

Студенты кафедры, получая обширные специальные знания, принимают участие и завоевывают почетные места во многих государственных, республиканских и региональных конкурсах и проектах отрасли туризма.

Кафедру возглавляет доктор экономических наук, доцент, заслуженный работник образования Республики Крым Эрнест Энверович Ибрагимов. В её составе восемь штатных преподавателей (доктор экономических наук, кандидат геогра-

фических наук, кандидаты экономических наук) и четыре представителя работодателей. Данный педагогический коллектив обеспечивает тесную связь образовательного процесса с реальными потребностями рынка труда.

Образовательная деятельность кафедры базируется на применении современных инновационных технологий, принятых в ведущих вузах России, а также на уникальной практико-ориентированной инфраструктуре, доступной благодаря географическому и культурному потенциалу Республики Крым.

Область научных интересов кафедры: Крым в системе российского и международного туризма; региональные аспекты развития внутреннего и международного туризма; социокультурные факторы формирования индустрии туризма; формирование имиджевой политики Крымского региона в сфере туризма; современные проблемы развития гостиничного хозяйства; экскурсионная деятельность и туризм и др. направления, получившие освещение в том числе и в материалах настоящего номера, подготовленных преподавателями подразделения.

Редколлегия журнала поздравляет коллектив кафедры со знаменательной датой и желает ему дальнейшего процветания, научных побед и талантливых выпускников!

В номере также представлены и другие материалы профессорско-преподавательского состава университета, посвящённые актуальным вопросам в области искусствоведения и исторических наук.

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

ТУРИЗМ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ ОБЩЕСТВА

УДК 338.48:007.3

Е. С. Андрющенко

Развитие культурного туризма в Республике Крым в эпоху цифровизации: новые тренды и технологии

Статья посвящена анализу современных тенденций цифровой трансформации культурного туризма в Республике Крым. Проанализированы результаты локальных эмпирических исследований и реализации цифровых инициатив. Сделан акцент на южном побережье, этнографических и природных заповедниках как приоритетных направлениях для внедрения VR- и AR-решений, цифровых гидов и платформ.

Ключевые слова: культурный туризм, цифровизация, этнографические заповедники, туристический поток, цифровые платформы, виртуальные туры, VR- и AR-технологии, региональное развитие.

Введение. Культурный туризм занимает важное место в стратегиях регионального развития, особенно в тех субъектах, где накоплено значительное культурно-историческое наследие. Республика Крым, обладая богатым историческим, архитектурным, этнокультурным потенциалом, может рассматриваться как территория, способная реализовать конкурентоспособные туристские проекты, основанные на культурно-познавательных практиках.

В современных условиях цифровизация меняет не только способы распространения информации о туристских ресурсах, но и структуру туристического опыта, принципы управления объектами культурного наследия и модели взаимодействия «посетитель – объект». Для Крыма, обладающего высокой кон-

центрацией историко-культурных памятников, курортной инфраструктуры и уникальных природных заповедников, цифровые технологии представляют инструмент повышения доступности, устойчивости и конкурентоспособности региона как дестинации культурного туризма.

Отдельные аспекты развития культурно-познавательного туризма на полуострове неоднократно рассматривались в научной литературе. Культурно-познавательный туризм, как один из приоритетных видов рекреации в Крыму, представлен в «Стратегии развития туристско-рекреационного комплекса Крыма» И. М. Яковенко [11]. В структуре туристского потенциала Крыма данный вид туризма исследован в работах А. Н. Бузни, М. С. Зубкова [2] и др.

Современные подходы к изучению развития культурного туризма и вопросам обеспечения достоверности контента, к защите объектов от антропогенной нагрузки и сокращению цифрового неравенства исследуются в работах И. В. Кравченко, А. Н. Яковлева [6], Э. Э. Ибрагимова [4], А. А. Соловьева, Е. В. Гарбуз [10], В. В. Новосельской [9].

Тем не менее недостаточно изученным остаётся вопрос о том, как цифровые технологии трансформируют восприятие и интерпретацию культурного наследия туристами, а также каким образом их использование влияет на формирование устойчивой туристской идентичности региона.

Цель статьи – проанализировать современные тенденции развития культурного туризма в Крыму с акцентом на влияние цифровых технологий, выявить перспективные направления их использования и определить потенциальные преимущества для устойчивого развития отрасли.

Изложение основного материала. Современное развитие культурного туризма в Республике Крым неразрывно связано с процессами цифровой трансформации, охватывающими всю туристскую индустрию. Использование цифровых технологий сегодня приобретает всё более разнообразные формы: от онлайн-покупки туров, предлагаемых туроператорами, до внедрения специализированных мобильных приложений для путешественников и цифровой трансформации самостоятельных туров через работу онлайн-школ и обучающих платформ для начинающих туристов.

Цифровизация открывает новые возможности для продвижения культурного наследия и вовлечения туристов в познавательные практики. Виртуальные и дополненные экспозиции позволяют реконструировать праздники и обряды, такие как Хыдырлез, Сабантуй, Навруз, Масленица, Курбан-байрам, православные Пасха и Рождество, а также региональные этнографические фестивали, предоставляя возможность участия в формате VR-фестиваля как онлайн, так и офлайн. Создание мультимедийных архивов, включа-

ющих песни, сказания и устные традиции различных этнических групп Крыма с интерактивным поиском, способствует сохранению нематериального наследия и его более широкому распространению. Мобильные приложения с элементами дополненной реальности позволяют туристам наблюдать традиционные ремёсла и слушать народные песни непосредственно в местах их исторического возникновения. Одновременно цифровые платформы для ремесленников обеспечивают доступ к изделиям мастеров, предоставляют информацию о технологиях производства и позволяют записываться на мастер-классы, создавая новые формы взаимодействия с культурой. Игровые форматы, такие как квесты и викторины, способствуют вовлечению молодёжи и формированию устойчивого интереса к изучению этнической культуры региона.

Официальные данные министерства курортов и туризма Республики Крым показывают устойчивый рост турпотока в последние отчётные периоды: по итогам 2024 года республика приняла 6,0–6,6 млн туристов, что на 16 % выше уровня предыдущего года; более половины посетителей выбирают Южный берег Крыма. Летняя загрузка гостинично-санаторного фонда в отдельные сезоны оценивается в 60–65 % [8].

Анализ межсезонных и сезонных потоков показывает, что большая доля поездок приходится на летние месяцы, однако доля туристов, приезжающих на санаторно-курортное лечение, остаётся существенной (около 30 % в отдельные годы), что подтверждает значимость связки «здоровье + культура» для регионального турпродукта [1].

Последние геомаркетинговые и социологические исследования, проведённые в крымском контексте, фиксируют следующие тенденции:

1) смену приоритетов посетителей. В ряде локальных опросов респонденты отмечают основной интерес к природным локациям и историко-культурным памятникам (Ханский дворец, пещерные города, парки на Южном берегу). Исследования удовлетворённости подчёркивают важность доступной и акту-

альной цифровой информации при планировании поездки [12, с. 20–32];

2) ожидание цифровых сервисов. Туристы по запросу всё чаще ожидают мультимедийных гидов, интерактивных карт и возможности «предвкушать» визит через виртуальные туры; это особенно характерно для молодёжной и семейной аудитории. Локальные материалы конференций и опросы указывают на значимость удобных мобильных приложений как фактора выбора маршрута [6, с. 299–305];

3) восприятие корректности цифровых реконструкций. Респонденты демонстрируют высокую требовательность к исторической достоверности цифрового контента: ошибки или чрезмерная «игровизация» снижают доверие и фактически уменьшают мотивацию посетить объект лично. Это отмечалось в ряде научных работ и исследовательских докладах [3; 4; 6].

В Крымском регионе Южное побережье остаётся «локомотивом» притока туристов: около 50 % общего турпотока выбирает этот регион, что связано с концентрацией наиболее известных историко-архитектурных и природных объектов, развитой гостинично-рекреационной инфраструктурой и транспортной доступностью внутри полуострова. Инвестиционные проекты в гостиничной сфере нацелены преимущественно на юг, что отражается в распределении капиталовложений и восстановительных работ [1].

Бахчисарайский историко-культурный и археологический музей-заповедник (включая Ханский дворец и пещерные комплексы) – один из наиболее посещаемых культурных узлов региона; муниципальные отчёты фиксируют тысячи посещений по отдельным объектам в год (локальные отчёты администрации дают данные по десяткам тысяч визитов в совокупности по комплексу объектов) [3].

Карадагский природный заповедник представляет собой пример природно-этнографического ресурса с высокой познавательной ценностью. Формальные статистические данные о посещаемости, доступные в открытых источ-

никах, носят фрагментарный характер (учёт экскурсионных групп, сезонные ограничения по входу). Вместе с тем анализ информации, размещённой на популярных туристических платформах и в отзывах пользователей, свидетельствует о стабильном интересе к экологическим тропам и научно-познавательным маршрутам. Дополнительным фактором роста посещаемости становятся праздничные мероприятия и юбилейные даты, включая мероприятия, проводимые Карадагской научной станцией [5].

Использование цифровых технологий в туристской сфере приобретает всё более разнообразные формы, включая онлайн-покупку туров, разработку мобильных приложений для путешественников и цифровую трансформацию самостоятельных маршрутов через онлайн-школы для начинающих туристов.

Активное использование мобильных технологий способствует росту «последних минутных» бронирований. По данным различных исследований, наблюдается тенденция увеличения числа поисковых запросов, связанных с бронированием на текущий день, с мобильных устройств. Эти тенденции подтверждают необходимость обеспечения туристу максимально удобного доступа ко всем сервисным функциям, включая возможность их использования в офлайн-режиме. В дальнейшем цифровизация будет вытеснять традиционные офлайн-компании и способствовать развитию индивидуализированных туров, формируемых с учётом параметров конкретного клиента, что позволит организациям превращать потенциальных потребителей не только в реальных клиентов, но и в лояльную аудиторию. Кроме того, цифровизация способствует мониторингу состояния памятников (цифровые реестры, фото- и 3D-архивы), что повышает оперативность реставрационных решений [8]; снижению антропогенной нагрузки за счёт виртуальных посещений и планирования потоков [7]; повышению информационной доступности для иностранных и внутренних туристов (мультязычные гиды, виртуальные туры), что особенно важно для отдалённых этнографических комплексов [12].

Цифровизация культурного туризма в Крыму охватывает не только процесс бронирования и продвижения маршрутов, но и культурные и природные объекты, повышая их доступность и образовательную ценность. Карадагский природный заповедник является примером природно-этнографического ресурса с высокой познавательной значимостью. Несмотря на фрагментарность официальной статистики посещаемости, обусловленную сезонными ограничениями и учётом экскурсионных групп, данные туристических платформ и отзывы пользователей свидетельствуют о стабильном интересе к экологическим тропам и научно-познавательным маршрутам. Приток посетителей усиливается проведением праздничных мероприятий и юбилеев, связанных с деятельностью Карадагской научной станции [5].

Особое внимание уделяется разработке цифровых гидов и оцифровке санаторно-курортного наследия. Государственные и грантовые проекты, в том числе реализуемые в Евпатории, направлены на создание прототипов мультимедийных маршрутов и интерактивных гидов, что позволяет сочетать научную экспертизу с практическими цифровыми решениями. Аналогичные подходы применяются в музеях и дворцово-парковых комплексах. Так, в Ливадийском и Воронцовском дворцах внедряются мультимедийные экскурсии с элементами дополненной реальности, позволяющие посетителям погружаться в атмосферу XIX века. В Алупкинском дворцово-парковом музее-заповеднике формируются онлайн-архивы редких экспонатов, доступные для удалённого изучения. В Херсонесе Таврическом туристы могут использовать QR-коды для самостоятельного прохождения маршрутов по археологическим зонам.

Вместе с тем цифровизация требует инвестиций в кадровые компетенции (музейные работники, экскурсоводы, IT-специалисты), в стандартизацию цифровых форматов и механизмов верификации исторической информации.

Несмотря на очевидные преимущества цифровизации и растущую попу-

лярность мобильных сервисов, внедрение новых технологий в культурный туризм Крыма сталкивается с рядом проблем, требующих детального анализа. Среди них:

1) фрагментарность статистики и её достоверность. Региональные отчёты и медиасообщения иногда дают расхождения по оценкам общего турпотока; необходимо унифицировать методики учёта посещаемости и применять спутниковые/цифровые счётчики на ключевых точках [7];

2) цифровое неравенство. Малые музеи и сельские этнографические центры испытывают дефицит средств и навыков для создания качественного цифрового контента; это ограничивает равномерное развитие культурного туризма по территории [12];

3) риск коммерциализации и искажения аутентичности. Некорректные цифровые реконструкции или чрезмерная геймификация способны трансформировать восприятие культурных практик и снизить доверие посетителей;

4) отсутствие системных исследований по защите авторских прав на цифровые копии объектов наследия, по этике виртуализации сакральных объектов или культурных символов [9].

Перспективы развития цифровых проектов включают создание интегрированных мобильных приложений-путеводителей по культурным маршрутам, формирование виртуальных туров, объединяющих музейные и природные объекты, а также продвижение региональных цифровых инициатив на международные платформы. Реализация этих проектов позволяет расширить охват аудитории, повысить туристическую привлекательность региона и интегрировать Крым в глобальные процессы цифрового культурного обмена.

Выводы. Цифровизация является необходимым инструментом развития культурного туризма в Крыму, способным расширить доступ, повысить качество туристического опыта и обеспечить устойчивость объектов наследия. Практическая эффективность цифровых решений в регионе будет зависеть от скоор-

динированных действий властей, научно-го сообщества, культурных институтов и частных разработчиков: стандартизации цифровых форматов, инвестиций в кадры и инфраструктуру, а также от постоянного мониторинга и оценки влияния на локальные сообщества и природные экосистемы. Цифровые технологии стано-

вятся не только инструментом повышения удобства и скорости обслуживания туристов, но и важным средством сохранения, репрезентации и популяризации культурного наследия Крыма, открывающим новые возможности для интеграции региона в международное культурно-туристское пространство.

1. Аналитический материал «Пляжный сезон. Крым принял 5,8 млн туристов в 2024 году...» // Агентство «Аргументы и факты – Крым», 2024. – URL: <https://krym.aif.ru/> (дата обращения: 11.09.2025).

2. Бузни А. Н. Маркетинговое исследование конъюнктуры рынка туристско-рекреационных услуг АР Крым / А. Н. Бузни, М. С. Зубкова // Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 232. – С. 45–49.

3. Доклады и отчёты по Бахчисарайскому региону (отчёт администрации, 2024) – статистика посещаемости объектов музея-заповедника. – URL: <https://bahch.rk.gov.ru> (дата обращения: 28.08.2025).

4. Ибрагимов Э. Э. Характеристика культурного туризма / Э. Э. Ибрагимов, К. С. Юрек // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 5-летию основания кафедры туризма Крымского университета культуры, искусств и туризма. – Симферополь, 2020. – С. 357–362.

5. Информационные материалы и публикации о Карадагском природном заповеднике (туристические и научно-популярные ресурсы) // ТУРИСТАС+1. – URL: http://karadag.com.ru/static/media/images/books/kbs_works/Trudy_8.pdf (дата обращения: 28.08.2025).

6. Кравченко И. В. Применение цифровых и гис-технологий для целей визуализации и сохранения историко-культурного наследия Евпатории советского периода / И. В. Кравченко, А. Н. Яковлев // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Серия: География. Геология. – 2022. – № 4.

7. О развитии туристской отрасли Республики Крым за 2024 год (отчёт) // Министерство курортов и туризма Республики Крым: [сайт]. – 2025. – URL: <http://mtur.rk.gov.ru> (дата обращения: 28.08.2025).

8. В 2024 году турпоток в Крым вырос на 16% // Министерство курортов и туризма Республики Крым: [сайт]. – 2025. – URL: <http://mtur.rk.gov.ru> (дата обращения: 30.08.2025).

9. Новосельская В. В. Возможности и правовые основания актуализации культурного наследия как ресурса туристской отрасли Крыма / В. В. Новосельская // Вестник Томского государственного университета. – 2021. – № 42. – С. 227–300.

10. Соловьев А. А. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму / А. А. Соловьев, Е. В. Гарбуз // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2015. – Т. 1 (11). – Вып. 1. – С. 53–61.

11. Яковенко И. М. Географическое обоснование Стратегии развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020 / И. М. Яковенко // Ученые записки ТНУ. Серия: География. – 2011. – Т. 24 (63). – № 2. – С. 141–148.

12. Яковенко И. М. Методические аспекты геомаркетинговых исследований социокультурных видов туризма в Крыму / И. М. Яковенко, Н. В. Страчкова, Л. С. Карлов // Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Серия: География. Геология. – 2024. – Т. 10 (76). – № 2. – С. 20–32.

Developing Cultural Tourism in the Republic of Crimea in the Age of Digitalization: New Trends and Technologies

The article analyzes current trends in the digital transformation of cultural tourism in the Republic of Crimea, and examines the results of local empirical studies and the implementation of digital initiatives. The southern coast, ethnographic and nature reserves are emphasized as priority areas for the implementation of VR and AR solutions, digital guides, and platforms.

Keywords: cultural tourism, digitalization, ethnographic reserves, tourist flow, digital platforms, virtual tours, VR and AR technologies, regional development.

УДК 796.51:577.4(470.75)

А. А. Антонова

Экотуризм как фактор формирования экологического сознания

Исследование посвящено характеристике экологического туризма как специфического фактора формирования экологического сознания. Определены характерные особенности данного вида туризма, приведена общая характеристика природно-рекреационного потенциала территории Республики Крым. Выявлены основные проблемные аспекты и перспективы дальнейшего развития экотуризма.

Ключевые слова: экологический туризм, экологическое сознание, окружающая среда, развитие, особо охраняемые природные территории, маршрут.

Введение. В современных социально-экономических условиях функционирования отечественной экономики одним из приоритетных направлений развития является повышение конкурентоспособности санаторно-курортного и туристского комплекса. Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, туризм – это не только источник финансовых доходов бюджета, средство повышения занятости населения, но и «способ поддержания здоровья граждан, основа для развития социокультурной среды и воспитания патриотизма, а также мощный инструмент просвещения и формирования нравственной платформы развития гражданского общества» [10]. Особое место отводится развитию экологического туризма как специфическому фактору формирования экологического сознания граждан страны при определении его среди прочих (детский, деловой, круизный, культурно-познавательный и др.) в качестве приоритетных видов туризма.

При этом территориям Российской Федерации, в частности Республике Крым, свойствен нерезализованный в полной мере природно-рекреационный потенциал территорий. Проблемным аспектом в рамках дальнейшего развития отечественного санаторно-курортного и туристского комплекса выступает реализация полномасштабного перехода к модели экологического туризма как комплексному направлению, сочетающему в себе взаимосвязь и единство туризма, экологии и социально-культурного компонента. Проблемам развития экологического туризма в отечественной экономике посвящено много современных научных трудов, в том числе сетевых публикаций [1; 3–5; 8–9]. Тем не менее отсутствует единый общепризнанный подход к решению имеющегося комплекса проблем. Значительного внимания требует учёт специфики региональных особенностей становления экотуризма.

Цель статьи – представить общую характеристику экотуризма как фактора

формирования экологического сознания в современных социально-экономических условиях. В рамках поставленной цели решены следующие задачи: проанализированы специфические особенности экологического туризма; выявлены проблемные аспекты, свойственные современному этапу развития экотуризма в Российской Федерации и в частности в Республике Крым; определены перспективные мероприятия, способствующие преодолению имеющихся проблемных аспектов и наиболее полной реализации имеющегося природно-рекреационного потенциала.

Изложение основного материала.

Экотуризм представляет собой относительно новый вид туризма, стремительно развивающийся со второй половины двадцатого века. Этому способствует увеличение масштабов экологических проблем, на фоне чего происходит развитие зелёных технологий, изменение потребительских предпочтений (популяризация здорового образа жизни, мест для отдыха с нетронутой природой и т. д.). Соответственно, всё более обширно используются мероприятия в рамках государственной и международной поддержки развития данного вида туризма.

При этом современные учёные-экономисты дают различные определения термину «экотуризм». Так, наиболее абстрактный вариант представлен в трактовке Л. П. Саидовой и А. А. Жунусовой – как «многогранное явление, которое охватывает экологические, социальные и экономические аспекты» [9, с. 139]. О. А. Бердникова и А. Р. Шаймарданова характеризуют экотуризм как «форму устойчивого туризма, которая направлена на посещение территорий, относительно нетронутых антропогенным воздействием» [1, с. 17]. В данном случае определение тесно связано с концепцией устойчивого развития, предполагающего удовлетворение текущих общественных потребностей без ущерба для будущих поколений.

Подчёркивая направленность на удовлетворение определённых потребностей, Г. М. Мкртчян и И. Ю. Блам отмечают:

экотуризм – «...природоориентированные путешествия, совершаемые с целью наблюдения за дикими животными и растениями в их естественной среде обитания и получения эмоционального удовлетворения от этого» [5, с. 27]. В то же время согласно ГОСТ Р 56642-2021 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования», экологический туризм – «деятельность, направленная на организацию путешествий в различных формах природного туризма, ориентированная на изучение природы и культурных достопримечательностей, бережное отношение к природе и содействие в её сохранении» [2]. Разнообразие форм природного туризма в данном случае отражено в обширной классификации экологических туров: спелеологические, флористические, спортивные, оздоровительные, археологические, ботанические, агротуры и т. д.

Характерные особенности экотуризма также отражены в принципах, установленных Международным обществом экотуризма (TIES), активно продвигающим и развивающим данное направление с 1990 г.:

- приоритетная значимость сохранения природных ресурсов, нивелирование различного рода воздействий при осуществлении рекреационной деятельности за счёт соблюдения строгих правил и «зелёных» стандартов;

- интеграция в местную экономику (обеспечение финансового базиса для благополучия местного населения и реализации широкого спектра мероприятий в рамках охраны окружающей среды на данной территории);

- проектирование, строительство и эксплуатация объектов с низким уровнем воздействием на окружающую природную среду;

- симбиоз образовательной и познавательной деятельности, культивирование чувства уважения к культурному и природному наследию посещаемых территорий, формирование экологической и культурной сознательности [12].

Несмотря на наличие различных трактовок понятия «экотуризм», все они

отражают его основополагающую черту: реализацию рекреационной деятельности наряду с сохранением природно-ресурсного потенциала территорий. Именно данное направление ориентировано на минимизацию негативного воздействия традиционных форм туризма на природную среду, повышение уровня экологической осведомлённости и формирования экологического сознания рекреантов. При этом базисом и своеобразным фундаментом для развития экотуризма выступают имеющиеся природные ресурсы с учётом их биоразнообразия и аутентичности. Многообразие видов данного направления в туризме объединяют в две группы: экотуризм на нетронутых хозяйственной деятельностью человека особо охраняемых природных территориях (ООПТ) и в среде «окультуренного» (в основном сельского) туризма.

Российская Федерация обладает значительным и разнообразным природно-ресурсным потенциалом для развития экотуризма: на территории расположено «238 федеральных и более 12 тысяч региональных особо охраняемых природных территорий, которые занимают около 12 % общей площади страны. При этом с 2018 г. фиксируется ежегодный прирост посетителей таких территорий в среднем на 15 %» [8]. Дальнейшему устойчивому развитию

данного направления туризма также способствует реализация федерального проекта «Сохранение биоразнообразия и развитие экологического туризма» в рамках государственной программы Российской Федерации «Охрана окружающей среды» и национального проекта «Экология». В частности, по результатам реализуемого комплекса мер государственной поддержки за 2018–2024 гг. создано и обеспечено функционирование 25 ООПТ, общей площадью 5,6 млн га [11].

Как свидетельствуют данные опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), большинство россиян (89% от 1600 опрошенных в возрасте от 18 лет) демонстрируют высокий интерес к экотуризму, при этом 40 % уже имеют опыт туристического отдыха на ООПТ [3]. Среди наиболее привлекательных вариантов респонденты выделяют пассивный отдых (пикники выходного дня, отдых у водоёмов и т. п.), короткие прогулочные маршруты (экотропа, тропы здоровья), а также этномаршруты, предоставляющие информацию о культуре коренных народов определённых территорий (см. рисунок 1).

Подобное распределение процентов указывает на стремление россиян к спокойным вариантам отдыха, более универсальным с точки зрения различ-



Рисунок 1 – Предпочтительные форматы «зелёного» туризма по мнению респондентов, % от всех опрошенных (не более трёх ответов) [3]

ных социально-демографических групп. Наиболее востребованные варианты характеризуются относительно невысокой стоимостью и непродолжительностью, они подходят как для семей с детьми, так и для людей различных возрастных категорий.

Благодаря природно-климатическому и историко-культурному разнообразию, Республика Крым представляет собой один из наиболее перспективных регионов для развития экологического туризма в Российской Федерации. Данный факт подтверждается наличием большого числа ООПТ для федерального (см. таблицу 1) и регионального (см. таблицу 2) значения.

Именно экотуризм в рамках ООПТ поддерживает такие значимые постулаты, как сохранение биоразнообразия, эковолонтерство и формирование экологического самосознания. Посещение подобного рода территорий не только обеспечивает единение человека с дикой (не тронутой антропогенной деятельностью человека) природой, но и способствует ответственному отношению к использованию природных ресурсов, минимизации негативного воздействия на состояние окружающей среды наряду с формированием активной природоохранной позиции.

Популяризации и развитию экотуризма в Республике Крым способствуют не только имеющееся разнообразие ландшафтов, наличие уникальных природных ресурсов горных, степных, приморских и предгорных районов, но и активно реализуемая политика государственных и муниципальных органов власти. Так, Дни Крыма, реализуемые в различных регионах Российской Федерации, способствуют привлечению внимания туроператоров и потенциальных экотуристов к уникальному природно-ресурсному потенциалу территории. Проводится активная работа с крымскими туроператорами по информированию их о появлении новых локаций, ежегодно прокладываются новые экотропы и организуются новые экологические экскурсионные маршруты.

Так, масштабный и амбициозный проект «Большая крымская тропа» направлен на создание нового экскурсионного экологического маршрута, объединяющего более 3 тысяч туристических объектов, протяжённостью более 100 км. В ближайшем будущем планируется создать ещё три новые ООПТ: два государственных природных заказника («Холодная балка» и «Лименская долина») и парк-памятник садово-паркового искусства «Морской прибой». Вложение средств в развитие и популяризацию экотуризма уже даёт весомые результаты: за последние несколько лет количество экскурсий по экологическим маршрутам на территории Республики Крым увеличилось в десятикратном размере [4].

Следует выделить и проблемные аспекты дальнейшего развития данного вида туризма, характерных как для Республики Крым, так и для направления отечественного экотуризма в целом:

- потенциал использования ООПТ регионального значения в полной мере не реализован ввиду неразвитости туристской инфраструктуры (отсутствует чёткое представление о том, какая инфраструктура в принципе необходима для развития экотуризма и каким образом она должна размещаться на ООПТ; инициализация проектов строительства подобной инфраструктуры требует длительных и сложных процедур согласования в различных ведомствах);

- незрелость нормативно-правовых основ реализации деятельности в сфере экологического туризма (закон об ООПТ вступил в силу лишь в 2023 г., в нём не закреплено определение самого термина «экотуризм»);

- несовершенство системы планирования и контроля деятельности в сфере экотуризма (доработки требуют механизм реализации полномочий федерального, регионального, местного уровня в сфере организации и развития экотуризма);

- отсутствие единых (официальных) критериев оценки так называемой туристско-рекреационной ёмкости территорий (как следствие – невоз-

возможность определить степень воздействия туризма на уникальные природные комплексы ООПТ);
 – несовершенство и сложность процедур получения разрешительной проектной документации, что существенно ограничивает деятельность инвесторов на ООПТ;

– дефицит частных инвестиций, направляемых на развитие сельского и этнотуризма;
 – браконьерство, дальнейшее загрязнение окружающей среды, исчезновение редких природных комплексов;
 – многие уникальные и наиболее привлекательные для туристов природные

Таблица 1 – Характеристика ООПТ Республики Крым федерального значения*

Категория	Наименование	Общая площадь, га	Месторасположение	Общая характеристика, достопримечательные объекты
Национальный парк	«Крымский»	34563,5	Центральная часть главной гряды Крымских гор от Ялты на западе до Алушты на востоке	«Беседка ветров», музей «Дубрава», «Косьмо-Дамьяновский монастырь», «Форелевое хозяйство», «Музей партизанской славы» и др.
Природный заповедник	«Ялтинский горно-лесной»	14459,6	Вдоль побережья Чёрного моря полосой с юго-запада на северо-восток от Фороса до Гурзуфа	Более 30 экотроп и уникальных объектов: пещера «Трёхглазка», водопад «Учан-Су», перевал «Чёртова лестница», Михайловский источник и др.
	«Лебяжий острова»	9612,0	Юго-восточная часть Каркинитского залива и окружающее его мелководье	Орнитологическая территория международного значения, особую ценность представляют водно-болотные угодья, объект научного туризма
	«Карадагский»	2874,2	Территория горно-вулканического массива Кара-Даг, расположенного в 36 км на юго-запад от Феодосии	Древневулканический ландшафт в сочетании с редкими ботанико-зоологическими объектами, наличие эколого-просветительских маршрутов
	«Опукский»	1592,3	Южная часть Керченского полуострова	Разноцветное Кояшское озеро, археологический комплекс «Киммерик», скалы-корабли, 198 различных историко-культурных объектов, наличие специализированных экотроп
	«Казантипский»	450,1	Северная часть Керченского полуострова (мыс Казантип)	Акватория заповедника имеет международное значение, наличие археологических памятников и туристических маршрутов
Природный заказник	«Каркинитский»	27646,0	Восточная часть акватории Каркинитского залива	Водно-болотные угодья международного значения наряду с наличием ценного орнитологического комплекса
	«Малое филофорное поле»	38500,0	Акватория Каркинитского залива	Создан для охраны колонии водорослей из рода филофора, относится к водно-болотным угодьям международного значения

*Составлено автором по [7].

Таблица 2 – Общая характеристика ООПТ Республики Крым регионального значения*

Категория	Общее количество	Наименования	Общая площадь, га
Природный парк	6	«Белая скала», «Воздухоплавательный комплекс «Узун-Сырт», гора Клементьева», «Калиновский», «Караларский», «Мыс Мартьян», «Тарханкутский»	33050,5
Природный заказник	43	«Сасыкский», «Целинная степь у с. Григорьевка», «Осовинская степь», «Джангульское оползневое побережье», «Демерджи-Яйла», «Байдарский», «Караби-Яйла», «Озера Ачи и Камышинский луг», «Парпачский гребень» и пр.	37764,6
Ботанические сады	2	«Никитский ботанический сад», «Ботанический сад при Крымском федеральном университете имени В. И. Вернадского»	914,1
Дендрологические парки	2	«Парк им. М. В. Печенкина», «Евпаторийский дендрологический парк»	58,7
Зоологические парки	2	«Сафари-парк «Тайган»», «Сказка»	34,9
Ландшафтно-рекреационные парки	11	«Донузлав», «Бахчисарай», «Лисья бухта – ЭчкиДаг», «Бакальская коса», «Тихая бухта», «Научный», «Ойбурский», «Мыс Такиль», «Урочище «КизилКоба», «Атлеш», «Битак»	20077,0
Памятники природы	93	«Роща можжевельника высокого в районе Семидворья», «Мыс Ай-Тодор», «Гора Лягушка», «Скала Ифигения», «Прибрежный аквальный комплекс у горы Аю-Даг», «Прибрежный аквальный комплекс у скалы Дива и горы Кошка», «Пещера-грот Данильча-Коба», «Природные сфинксы Каралезской долины», «Волчий грот» и др.	2958,4
Парки-памятники садово-паркового искусства	28	«Нижняя Ореанда», «Ливадийский», «Массандровский», «Алупкинский», «Сакский курортный парк», «Горный», «Лазурный», «Парк санатория «АйДаниль», «Парк дома отдыха «Айвазовское» и пр.	549,0
Заповедные урочища	7	«Роща фисташки туполистной», «Горно-лесной массив в с. Тополевка и с. Курское», «Балка Большой Кафель», «Долина р. Сатера», «Мыс Алчак в г. Судак», «Лесная дубовая роща «Левадки», «Яйла Чатырдага»	1206,2

*Составлено автором по [6].

комплексы расположены в труднодоступных местах и, как следствие, практически лишены туристического потока;

- отсутствие знаний о правилах пребывания в дикой природе и их нарушения из-за низкого уровня экологической культуры.

С учётом масштабности существующих проблем для их успешного преодоления требуется реализация комплекса эколого-ориентированных мероприятий в рамках государственного регулирования: детализированное планирование,

организация, мониторинг и контроль реализации туристской деятельности на ООПТ с учётом предельно допустимых нагрузок и экологической ёмкости территорий, совершенствование нормативно-правовой базы, регламентирующей деятельность в рамках экотуризма; создание благоприятных условий для функционирования экоотелей, визит-центров и музеев природы, разработка и обустройство новых пешеходных и велосипедных маршрутов, формирования системы организованных кемпингов, строи-

тельство новых смотровых площадок, дорог и подъездных путей, организация трансфера при условии минимального вмешательства в имеющийся ландшафт; совершенствование механизма государственно-частного партнёрства в рамках создания зелёной инфраструктуры на основе проработанных изменений действующей нормативно-правовой базы; содействие организации специфических мероприятий в рамках событийного туризма (экологические фестивали, приуроченные к определённым датам, сезонные мероприятия, проведение экологических акций и т. д.); развитие информационной и сервисной инфраструктуры (использование мобильных приложений, цифровых гидов, QR-кодов с описанием экологических маршрутов; организация работы центров экопросвещения, ориентированных на проведение лекториев и соответствующих мастер-классов; совершенствование деятельности служб безопасности и спасательных пунктов); поддержка местных сообществ (гранты, разнообразные льготы, создание единого онлайн-агрегатора) в развитии сельского и этнотуризма, создание новых объектов производства экологически чистых продуктов, распространение зелёных технологий, строительство экоусадб и гостевых домов, разработка и сертификация экологических туров с ярко выраженным этнокультурным компонентом; внедрение цифровых систем слежения, усиление патрулирования, ужесточение системы наказаний за нарушение экологического законодательства, расширение площади охраняемых природных территорий; развитие системы экологического образования и государственных инициатив по поддержке эковолонтерства, создание экоцентров, обширная популяризация экологических стандартов и темы устойчивого развития с помощью СМИ,

в том числе с использованием разнообразных цифровых платформ.

Выводы. Экологический туризм представляет собой относительно новое и перспективное направление, характеризующееся такими специфическими особенностями, как путешествие в дикую природу при условии минимального и контролируемого воздействия на окружающую природную среду (ввиду соблюдения правил посещения и создания соответствующей инфраструктуры); наличие экономического (улучшения благосостояния местного населения) и природоохранного эффекта при условии реализации образовательных программ и мероприятий, формирующих экологическое сознание. Поскольку основным источником развития для экотуризма выступают аутентичные природные ресурсы, то вполне обоснованно ООПТ (ввиду уникальной специфики, имеющегося охрannого статуса и научных разработок) можно считать базовой составляющей системы зелёного туризма.

В Республике Крым так же, как и в Российской Федерации в целом, экотуризм находится на этапе становления, наращивая масштабы и приобретая всё большую популярность в качестве отдельного направления туристической деятельности. Наличие проблем системного характера при этом обуславливает необходимость реализации на местном, региональном и национальном уровнях комплекса мер нормативно-правового, организационно-исследовательского, природоохранного и просветительско-образовательного характера. В то же время экологизация мировоззрения рекреантов становится важнейшим генерирующим фактором и условием устойчивого развития отечественного экотуризма в стратегической перспективе.

-
1. Бердникова О. А. Роль экотуризма в социально-экономической системе / О. А. Бердникова, А. Р. Шаймарданова // Цифровые технологии в туристской индустрии и сервисе: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (Казань, 25 ноября 2020 г.). – Казань: Казанский государственный институт культуры, 2021. – С. 16–19.
 2. ГОСТ Р 56642-2021 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов «Кодекс»: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200182520> (дата обращения: 20.07.2025).
 3. Заповедные маршруты русских туристов // ВЦИОМ Новости: [сайт]. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zapovednye-marshruty-russkikh-turistov> (дата обращения: 23.07.2025).
 4. Зеленый бум в Крыму: экологический туризм набирает обороты // Сетевое издание «про Судак»: [сайт]. – URL: <https://xn--80ahtnegiq.xn--plai/zelenyj-bum-v-krymu-ekologicheskij-turizm-nabiraet-oboroty/> (дата обращения: 26.07.2025).
 5. Мкртчян Г. М. Экотуризм и природоохранная деятельность до и после пандемии COVID-19 / Г. М. Мкртчян, И. Ю. Блам // ЭКО. – 2021. – № 2 (560). – С. 25–39.
 6. Перечень особо охраняемых природных территорий регионального значения Республики Крым // Министерство экологии и природных ресурсов Республики Крым: [сайт]. – URL: https://meco.rk.gov.ru/uploads/txteditor/meco/attachments/d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpAt9FER_1.pdf (дата обращения: 26.07.2025).
 7. Постановление правительства Российской Федерации от 13 сентября 2018 года № 1091 «О создании особо охраняемых природных территорий федерального значения на территории Республики Крым» (с изменениями на 14 января 2022 года) // Консорциум Кодекс: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/551160009?marker=64U0IK> (дата обращения: 26.07.2025).
 8. Поток экотуристов вырастет до 22 млн человек в год к 2025 г. – Россельхозбанк // Фонд поддержки проектов устойчивого развития и защиты окружающей среды (Фонд Экология): [сайт]. – URL: <https://ecologyfund.ru/news/potok-ekoturistov-vyrastet-do-22-mln-chelovek-v-god-k-2025-g-rosselkhozbank/> (дата обращения: 23.07.2025).
 9. Саидова Л. И. Экотуризм как направление устойчивого развития сельских территорий / Л. И. Саидова, А. А. Жунусова // Journal of Monetary Economics and Management. – 2023. – № 2. – С. 137–141.
 10. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года // Министерство экономического развития Российской Федерации: [сайт]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/fb8a4b084460e064e787d6f199dba82e/strategiya_razvitiya_turizma.pdf (дата обращения: 20.07.2025).
 11. Федеральный проект «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» // Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации: [сайт]. – URL: https://www.mnr.gov.ru/activity/np_ecology/federalnyy-proekt-sokhranenie-biologicheskogo-raznoobraziya-i-razvitie-ekologicheskogo-turizma/ (дата обращения: 23.07.2025).
 12. The International Ecotourism Society (TIES): What Is Ecotourism. [Electronic resource]. – URL: <https://ecotourism.org/> (дата обращения: 21.07.2025).

Ecotourism as a factor in the formation of environmental awareness

The study is devoted to the characteristics of ecological tourism as a specific factor in the formation of ecological awareness. The characteristic features of this type of tourism are determined, and the general characteristics of the natural and recreational potential of the territory of the Republic of Crimea are given. The main problematic aspects and prospects for further development of ecotourism are identified.

Keywords: *ecotourism, environmental awareness, environment, development, specially protected natural areas, route.*

Повышение финансовой культуры потребителей как фактор устойчивого развития рынка туристских услуг

В статье исследуется взаимосвязь финансовой культуры потребителей и устойчивого развития рынка туристских услуг. Дифференцированы понятия финансовой грамотности и финансовой культуры, подчеркнута ключевая роль последней в обеспечении стабильности отрасли. Предлагается трехкомпонентная модель повышения финансовой культуры через просвещение, институциональное развитие и цифровизацию. Реализация модели направлена на снижение финансовых рисков, рост осознанного потребления и укрепление доверия на рынке туристических услуг.

Ключевые слова: финансовая культура, финансовая грамотность, потребительское поведение, рынок туристских услуг, финансовые риски, устойчивое развитие, защита прав потребителей, экономика туризма.

Введение. Современный российский рынок туристских услуг характеризуется высокой динамикой и сложной структурой, находясь под одновременным влиянием макроэкономической конъюнктуры, геополитических ограничений и сдвигов в потребительских предпочтениях. В условиях переориентации на внутренний и въездной туризм вопросы устойчивости и прозрачности данного рынка приобретают критическую важность. Однако фокус внимания регулятора и исследователей традиционно сосредоточен на субъектах предложения – туроператорах и турагентах, в то время как в этих условиях ключевым активом отрасли становится доверие потребителя-туриста, которое напрямую коррелирует с его способностью принимать обоснованные и рациональные финансовые решения, то есть демонстрировать уровень своей финансовой культуры – комплекс знаний,

навыков и установок, позволяющих эффективно планировать бюджет поездки, оценивать риски, выбирать оптимальные по соотношению цены и качества услуги, а также защищать свои права.

Устойчивое развитие рынка туристских услуг традиционно рассматривается через призму триединой концепции (экономической, социальной и экологической устойчивости), однако его «четвертый», антропогенный компонент – финансовая устойчивость и грамотность самого потребителя – часто остается без должного внимания. Между тем именно потребитель является конечным бенефициаром и одновременно драйвером рыночных преобразований. Его неосведомленность, склонность к импульсивным покупкам, неумение распознавать мошеннические схемы и недооценка финансовых рисков порождают цепную реакцию негативных последствий – от роста недовольства и судебных разби-

рательств до дестабилизации деятельности добросовестных игроков рынка.

В условиях макроэкономической нестабильности, характеризующейся инфляционными процессами, волатильностью валютных курсов и геополитической неопределенностью, потребители-туристы сталкиваются с необходимостью принятия взвешенных финансовых решений при планировании путешествий. Низкий уровень финансовой культуры приводит к росту уязвимости туристов перед экономическими шоками, провоцирует отказ от запланированных поездок или снижение их качества, что непосредственно сокращает объем рынка и дестабилизирует финансовые потоки в отрасли.

Происходящие в настоящее время процессы цифровой трансформации туристской индустрии, выражающиеся в распространении онлайн-платформ, систем динамического ценообразования и сложных финансовых продуктов, порождают новые риски, включая мошеннические схемы и киберугрозы, требующие от потребителей повышенной компетентности. Одновременно наблюдается смещение потребительских предпочтений в сторону ответственного и осознанного потребления, где финансовая грамотность и финансовая культура становятся основой для оценки истинной стоимости туристского продукта, выбора добросовестных операторов и поддержки устойчивых практик. Для бизнеса финансово грамотный клиент представляет ценность как фактор снижения операционных издержек, связанных с урегулированием споров и обработкой претензий, что способствует повышению общей устойчивости компаний. Несмотря на активное изучение финансовой грамотности и устойчивого развития туризма отдельно, их взаимосвязь остается недостаточно исследованной, что определяет необходимость проведения данного исследования для разработки комплексных мер, направленных на укрепление доверия и стабильности на рынке туристских услуг.

Анализ последних исследований и публикаций показывает, что тема взаимосвязи финансовой культуры потребителей и устойчивого развития туристического рынка изучается преимущественно в рамках экономических, управленческих и социологических наук. Так, С. А. Лебедева изучает потребительские предпочтения на рынке туристских услуг, включая факторы выбора и поведенческие модели, анализирует, как информированность и предпочтения потребителей влияют на развитие рыночных сегментов [4]. Хотя работы автора не фокусируются на финансовой культуре, они закладывают основу для понимания того, как просвещенные потребители могут стимулировать предложение в направлении устойчивости, выбирая определенные виды туризма.

Эксперты Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) в своих отчетных материалах регулярно проводят макроэкономический анализ вклада туризма в глобальную и национальные экономики, включая модели потребительских расходов. WTTC регулярно публикует отчеты, которые содержат данные о потребительском поведении. Эти отчеты являются фундаментальной основой для исследований о том, как финансовая грамотность влияет на структуру и устойчивость туристических расходов. Анализ WTTC показывает, что рост расходов даже опережает рост количества поездок, что подчеркивает важность финансовых решений туристов для экономики сектора [6].

Н. С. Комлева в своих исследованиях изучает потребительские предпочтения на рынке туристских услуг, эмпирический анализ факторов, влияющих на их выбор потребителем, ценовые предпочтения и уровень лояльности туристов в конкретных регионах. Полученные результаты позволили выявить ключевые факторы выбора туристической компании, среди которых респонденты отмечают «приемлемую цену» и «качество услуги» (25% респондентов), «репутацию фирмы» – 20%. Это напрямую связано с финансовой культурой: умением

оценивать соотношение цены и качества, распознавать истинную ценность услуги и делать осознанный финансовый выбор. Результаты показывают, что низкая лояльность потребителей (готовность уйти к более выгодному предложению) также диктует необходимость формирования доверительных отношений, чему способствует финансовая прозрачность [3].

Таким образом, несмотря на наличие смежных работ, в предоставленных результатах практически отсутствуют узкоспециализированные исследования, прямо и комплексно изучающие взаимосвязь уровня финансовой культуры потребителей и устойчивого развития туристического рынка. Это указывает на актуальность и потенциальную новизну дальнейших изысканий в данной области.

Цель исследования – анализ взаимосвязи между уровнем финансовой культуры потребителей и устойчивостью рынка туристских услуг, а также разработка практических рекомендаций по ее повышению.

Методологической основой исследования являются философские принципы познания; диалектический, логический и системный подходы к рассмотрению явлений и процессов, а также общенаучные методы: анализ и синтез для обоснования теоретических положений, обобщения, системного подхода и формальной логики для вывода содержания соответствующих понятий.

Изложение основного материала. Финансовая культура в контексте потребления туруслуг понимается нами как система знаний, установок и поведенческих моделей, позволяющая индивиду осознанно выбирать, приобретать и использовать туристский продукт, минимизируя финансовые потери и максимизируя их полезность. Это понятие шире, чем финансовая грамотность, оно включает аспекты финансового поведения и защиты прав.

Как показывают исследования Р. И. Лусни и А. П. Горяева, уровень финансовой грамотности населения России остается умеренным, при этом в сег-

менте туруслуг проблема усугубляется эмоциональным характером покупки [2; 5]. Потребитель, находящийся в состоянии предвкушения отдыха, склонен недооценивать риски и переоценивать привлекательность «горящих» и низкокачественных предложений. В экономической литературе это явление известно как когнитивные искажения и ограниченная рациональность [1; 7].

Следует дифференцировать категории финансовой грамотности и финансовой культуры. Финансовая грамотность – это статичное, инструментальное понятие. Оно представляет собой совокупность конкретных знаний, навыков и установок в области финансов. В контексте туризма финансовая грамотность будет охватывать:

- *понимание* условий договора (аннуэляционной политики, штрафных санкций), осведомленность о системе финансовых гарантий (выплаты из источников резервного фонда, обязательства о включении сведений о туроператоре в единый федеральный реестр туроператоров);

- *знание* своих прав в соответствии с Федеральным Законом «О защите прав потребителей»;

- *навыки*: умение рассчитать полную стоимость поездки (с учетом сопутствующих расходов), способность сравнить несколько предложений не только по цене, но и по условиям, умение проверить туроператора в реестре;

- *установки*: понимание важности изучения договора перед подписанием и др.

В отличие от финансовой грамотности, финансовая культура – это динамическое, системное и мировоззренческое понятие более высокого порядка. Это среда, в которой формируются и применяются знания. Это комплекс устойчивых моделей поведения, ценностных ориентиров и социальных норм, определяющих повседневные финансовые решения индивида и общества в целом. Финансовая культура в туризме, на наш взгляд, включает следующие элементы:

- 1) *ценностно-мотивационный блок*: понимание приоритета обоснованного финансового выбора над импульсив-

ным: ценность прозрачности сделки и надежности контрагента выше, чем сиюминутная экономия; цена – лишь один из параметров, а такие атрибуты, как финансовые гарантии и репутация, – это не издержки, а инвестиции в безопасность и качество отдыха;

2) *поведенческий блок*: сформированная привычка проверять туроператора перед оплатой; автоматическое требование договора и его внимательное изучение, дисциплина формирования личного туристического бюджета с учетом непредвиденных расходов; активное использование финансовых инструментов (например, страхование от невыезда при покупке дорогостоящего тура);

3) *социально-нормативный блок*: общественное порицание безответственного финансового поведения в туризме (например, бронирование без понимания условий отмены); формирование запроса со стороны общества на прозрачность и добросовестность со стороны турбизнеса; доверие к институтам, обеспечивающим защиту прав (Министерство экономического развития РФ, ФАС, СРО и др.).

Характеристику дифференциации понятий финансовой грамотности и финансовой культуры можно представить в виде таблицы.

Таким образом, финансовая грамотность является необходимым базисом для формирования финансовой культуры потребителя туристских услуг. Без знаний не может быть осознанного пове-

дения. Однако она является недостаточным условием. Потребитель может знать о существовании единого федерального реестра туроператоров, но из-за спешки или недооценки рисков никогда им не пользоваться. *Финансовая культура* – это надстройка, которая превращает разрозненные знания в устойчивую систему поведения, отвечает за применение знаний на практике. Высокая финансовая грамотность населения – предпосылка для формирования здоровой финансовой культуры туристского рынка. В то же время развитая финансовая культура общества создает среду, которая стимулирует отдельных индивидов к повышению своей грамотности.

В рамках проведенного исследования нами предлагается трехкомпонентная модель повышения финансовой культуры потребителей туристских услуг.

1) *Информационно-просветительский* компонент. Создание агрегированного онлайн-ресурса (при поддержке Министерства экономического развития и Ассоциации туроператоров) с адаптированными материалами для потребителей туристских услуг: «Финансовая азбука туриста», видеоинструкции по проверке туроператора, калькуляторы сопутствующих расходов и др.

2) *Институциональный* компонент. Стимулирование создания и развития СРО и общественных организаций, занимающихся не только защитой, но и предварительным просвещением потребителей туристских услуг.

Таблица – Дифференциация понятий финансовой грамотности и финансовой культуры: ключевые отличия

Критерий	Финансовая грамотность	Финансовая культура
Сущность	Инструмент, набор компетенций	Среда, система ценностей и поведенческих норм
Уровень	Индивидуальный (качества отдельного человека)	Системный (качества индивида, общества и институтов)
Характер	Статичный, может быть измерен тестами	Динамичный, проявляется в повседневных практиках
Фокус	Знания и навыки	Установки и поведение
Подход	Технократический, образовательный	Социокультурный, ценностный
Пример в туризме	Знать о существовании резервного фонда туроператоров.	Требовать от туроператора подтверждения финансовых гарантий, выбирать только тех, кто их предоставляет, и считать это нормой.

3) **Технологический** компонент. Разработка и внедрение мобильных приложений и плагинов для браузеров, которые в режиме реального времени позволяют проверить туроператора, сравнить условия договоров разных площадок, спрогнозировать полную стоимость поездки.

В результате внедрения предлагаемой трехкомпонентной модели повышения финансовой культуры потребителей туристских услуг ожидаемый экономический эффект будет состоять в снижении количества финансовых инцидентов на 20–25% в среднесрочной перспективе (3–5 лет), росте удельного веса осознанных покупок, повышении среднего чека за счет перераспределения спроса в пользу качественных и прозрачных предложений.

Повышение финансовой культуры потребителей туристских услуг является не социальной нагрузкой на бизнес, а стратегической инвестицией в устойчивое развитие всей отрасли. Предложенная многоуровневая модель позволяет системно подойти к проблеме, сочетая усилия государства, бизнеса и общественных институтов. Дальнейшие исследования могут быть направлены на количественную оценку корреляции между уровнем финансовой грамотности и лояльностью потребителя к конкретному туроператору. Для устойчивого развития рынка туристских услуг усилий только по повышению финансовой грамотности (лекции, брошюры) недостаточно. Необходима целенаправ-

ленная работа по формированию финансовой культуры, что подразумевает изменение ценностных ориентаций, создание соответствующих социальных норм и развитие институтов, поддерживающих ответственное финансовое поведение потребителя.

Выводы. В результате проведенного исследования мы обосновали, что ключевым фактором устойчивого развития российского туристического рынка является не только регулирование деятельности туроператоров, но и высокий уровень финансовой культуры потребителя. Разграничив понятия финансовой грамотности (набор знаний) и финансовой культуры (система ценностей и моделей поведения), мы установили, что именно последняя определяет способность туриста принимать осознанные решения, минимизировать риски и защищать свои права. Низкая финансовая культура порождает уязвимость потребителей, увеличивает число конфликтов и дестабилизирует рынок.

В качестве решения предложена комплексная трехкомпонентная модель, сочетающая просвещение, развитие институтов и внедрение цифровых инструментов, направленная на формирование ответственного потребительского поведения. Ожидается, что реализация этой модели приведет к снижению финансовых инцидентов, росту доли осознанных покупок и укреплению доверия потребителей в отрасли.

1. Аузан А. А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь / А. А. Аузан. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 192 с.

2. Горяев А. П. Финансовая грамотность в России: вызовы и возможности / А. П. Горяев // Деньги и кредит. – 2020. – № 5. – С. 45–51.

3. Комлева Н. С. Исследование потребительских предпочтений на рынке туристических услуг в регионе / Н. С. Комлева // Экономические исследования и разработки. – 2018. – № 8. – С. 14–23.

4. Лебедева С. А. Оценка популярности видов туризма среди российских потребителей / С. А. Лебедева // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10. – № 7. – С. 2105–2116.

5. Лусни Р. И. Поведенческие финансы и финансовые решения домохозяйств / Р. И. Лусни. – Москва: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2019. – 75 с.

6. Туризм в России // Интернет-портал Tadvisor. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Туризм_в_России (дата обращения: 14.08.2025).

7. Thaler R. H. Misbehaving: The Making of Behavioral Economics. – New York: W.W. Norton & Company, 2015.

Improving consumer financial literacy as a factor in the sustainable development of the tourism services market

The article explores the relationship between consumer financial culture and the sustainable development of the tourism services market. It differentiates between financial literacy and financial culture, emphasizing the latter's crucial role in ensuring the stability of the industry. The article proposes a three-component model for enhancing financial culture through education, institutional development, and digitalization. This model aims to reduce financial risks, promote conscious consumption, and strengthen trust in the tourism services market.

Keywords: *financial culture, financial literacy, consumer behavior, tourism services market, financial risks, sustainable development, consumer protection, tourism economy.*

УДК 796.51:336.6+380.13

М. В. Горячих

Влияние сферы туризма на макроэкономическое положение страны

Туризм и индустрия гостеприимства играют ключевую роль в экономическом развитии стран, способствуя росту валового внутреннего продукта, созданию рабочих мест и укреплению инфраструктуры. В статье рассматриваются факторы влияния туризма на макроэкономическое положение страны, его прямые, косвенные и индуцированные эффекты. Особое внимание уделено адаптации отрасли к современным вызовам и перспективам долгосрочного устойчивого развития.

Ключевые слова: туризм, валовой внутренний продукт, макроэкономические показатели, инфраструктура, валовая добавленная стоимость, государственные доходы, устойчивое развитие.

Введение. Туризм и индустрия гостеприимства в современных условиях занимают важное место в экономике любой страны, региона или отдельных городов. Это обусловлено растущим спросом на туристические продукты и гостиничные услуги. Актуальность рассматриваемой темы заключается в том, что данная отрасль имеет большое значение для экономической системы страны. Развитие туризма способствует устойчивому развитию страны. По данным на 2022 год, доля туризма в мировом ВВП составляет 7,7%, и эта цифра продолжает расти [4]. Большинство стран полагаются на экономический вклад туризма в свой валовой внутренний продукт. При этом способность национальной экономики извлекать выгоду из туризма зависит от наличия инвестиций для развития необходимой инфраструктуры и от ее способности обеспечить потребности туристов. Решение вопросов, связанных с развитием

туризма и индустрии гостеприимства в России, адаптация отрасли к изменяющимся внешним и внутренним условиям, совершенствование механизма государственного регулирования способствуют формированию тенденций развития этой отрасли в стране на долгосрочную перспективу.

Российские ученые М. Э. Немоляева и Л. Ф. Ходорков считают, что современная индустрия туризма – это группа производств, обеспечивающих удовлетворение потребностей при временном перемещении людей с любой целью, кроме занятий профессиональной деятельностью, оплачиваемой в посещаемой стране [7]. И соответственно под индустрией туризма следует понимать совокупность взаимосвязанных отраслей и производств национальной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность, направленная на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребно-

стей людей в различных видах отдыха и путешествий в свободное время при рациональном использовании имеющегося туристского потенциала.

Цель статьи – определить факторы влияния сферы туризма и индустрии гостеприимства на экономическое развитие страны.

Изложение основного материала. Современный туризм рассматривается в качестве одного из основных факторов развития социума. За относительно короткий исторический период туризм превратился из путешествий одиночек в массовое явление, способствующее развитию мировой культуры и экономики [10].

Решающее влияние на развитие туризма в Российской Федерации оказывают факторы, которые составили основу федеральных проектов, вошедших в нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства», принятый в конце апреля 2021 года [6]. Он включает три федеральных проекта: «Развитие туристской инфраструктуры», «Повышение доступности туристских услуг», «Совершенствование управления в сфере туризма» – все они направлены на комплексное развитие туристической отрасли страны в целом.

В экономической литературе вопрос о туризме как факторе устойчивого развития является предметом продолжающихся дискуссий. Разногласия обусловлены комплексностью феномена, включающего взаимосвязанные социально-экономические, экологические и геополитические аспекты. В этой связи В. И. Дерен в своих работах, посвященных эконометрическому моделированию регионального развития, рассматривает туризм как многофакторный катализатор устойчивого развития, акцентируя внимание на его потенциале для диверсификации экономики и стимулирования эндогенного роста [1, с. 89].

Вопрос о том, можно ли считать туризм фактором устойчивого развития, является сложным и неоднозначным. С одной стороны, туризм может выступать катализатором социально-экономического развития регионов, создавая новые рабочие места, стимулируя

инвестиции в инфраструктуру и повышая уровень жизни местного населения. Однако, с другой стороны, неконтролируемый рост туризма может привести к деградации окружающей среды, истощению природных ресурсов, ухудшению качества жизни местного населения, конфликтам интересов между туристами и местными жителями, а также нарушению историко-культурного наследия. В этом случае туризм вместо вклада в устойчивое развитие становится фактором дестабилизации и угрозы долгосрочному благополучию.

Туризм напрямую способствует увеличению ВВП через доходы от туристов – расходы на проживание, питание, транспорт, развлечения и другие услуги. Также сфера туризма положительно влияет на приток иностранной валюты, что повышает платежный баланс страны. Увеличение туристического потока приводит к росту налоговых поступлений (например, налог на добавленную стоимость, акцизы, туристический налог). По экспертной оценке Управления Федеральной налоговой службы, сфера туризма дает мультипликативный эффект в виде налоговых поступлений от смежных с туризмом отраслей в объеме 25%. Прямые доходы от туристской отрасли в общей сумме налогов составляют до 10% от общего количества поступлений [5]. В 2024 г. глава государства заявил о росте туристического потока на 10 млн человек благодаря курорту «Пять морей». Вместе с этим, по его словам, вклад туризма в ВВП России вырастет вдвое, до 5% [3].

В таблице 1 (составлено автором по статистической отчетности [8]) представлена информация по доле валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации за 2017–2024 гг. После 2020 г. (года пандемийной «просадки» большинства макроэкономических показателей) наблюдается стабильный рост данного показателя.

В развитии экономики любой страны туризм является важным сектором, поскольку прежде всего помогает в создании рабочих мест. Он также явля-

ется важнейшим источником благосостояния для многих стран [2]. Туризм создает рабочие места как напрямую (гостиницы, рестораны, транспорт), так и косвенно (строительство инфраструктуры, производство товаров для туристов). Как правило, туристическая деятельность создает рабочие места через ряд направлений, к которым относятся сотрудники отелей, туроператоры, работники сферы питания и т. д. Считается, что глобальная занятость в сфере туризма насчитывает больше рабочих мест, чем в совокупности в автомобильной промышленности, химическом производственном секторе, банковском, горнодобывающем и в секторе высшего образования. В таблице 2 (составлено автором по статистической отчетности [8]) представлены отдельные показатели деятельности организаций туриндустрии в 2020–2025 гг.

Данные таблицы свидетельствуют о занятости работников в этом секторе экономики и значительном росте среднемесячной начисленной заработной платы работников организаций туриндустрии.

Рассматриваемый сектор индустрии гостеприимства активно привлекает малый и средний бизнес, что способствует снижению безработицы как в крупных городах, так и в регионах. В современных условиях имеются различные подходы создания предпосылок развития туризма в региональном аспекте. Одни подходы основаны на географических методах и предполагают районирование туристской местности с представлением описаний рекреационных характеристик местности, другие ориентированы на маркетинг и разработку стратегии продвижения характеристик туристской местности. Отдельно стоит отметить кластерный подход развития туризма на местности, основанный на интеграции, кооперации и наращивания конкурентных преимуществ за счет вовлечения местных стейкхолдеров. На сегодняшний день выбор того или иного подхода развития туризма обусловлен рядом факторов, к числу которых стоит отнести: экономическое состояние региона, доступность и степень вовлеченности экономических благ в процесс произ-

Таблица 1 – Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (в основных текущих ценах, %)

2017	2018	2019	2020	2021	2022 ¹	2023 ²	2024 ³
2,7	2,7	2,8	2,4	2,6	2,7	2,8	2,9

^{1,2,3} Без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям.

Таблица 2 – Отдельные показатели деятельности организаций туриндустрии в Российской Федерации

Наименование статистических показателей	Единица измерения	01.01.20	01.01.21	01.01.22	01.01.23	01.01.24	01.01.25
Средняя численность работников	млн чел.	1,177	1,141	1,133	1,090	1,016	1,035
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера) ¹	млн чел.	1,107	1,080	1,068	1,027	0,954	0,974
Среднемесячная начисленная заработная плата работников ²	руб.	55 140,5	52 906,0	63 280,5	69 427,3	83 673,3	99 041,6

^{1,2} Без учета субъектов малого предпринимательства (информация представлена без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям).

водства и потребления, уровень деловой активности общества, отношение местного населения к развитию туризма, наличие первичной и вторичной инфраструктуры и т. д.

Одним из основных факторов, который стимулирует развитие туризма на местности и определяет его специфические характеристики, является степень вовлеченности местного сообщества в процесс функционирования регионального туристского рынка. Именно участие местного сообщества оказывает влияние на формирование и развитие отдельных видов туризма на местности, и тем самым определяется спецификация дестинации. Кроме того, вовлеченность местного сообщества в вопросы развития туризма влечет за собой развитие инфраструктуры туризма, освоение в туристских целях новых участков территории, повышение комфортности пребывания туристов и т. д. В отдельных случаях местные стейкхолдеры, заинтересованные в развитии туризма, берут на себя ответственность за налаживание диалога с местным населением и формирование у них положительной реакции на функционирование тех или иных туристских объектов.

Ряд исследователей считают, что местное сообщество, вовлекаясь в процессы развития туризма в пределах определенной географической территории, запускает механизмы социального партнерства, формируя социальный капитал, который участвует в создании привлекательных туристских продуктов [9]. Иными словами, стоит отметить, что вовлечение местных сообществ в процесс развития туризма, а также консолидация их ресурсов, особенно социально значимых, позволяют:

- активно вовлечь в процесс развития туризма не только отдельные субъекты, но и общество в целом. Это формирует позитивную социальную реакцию среди населения на использование тех или иных объектов историко-культурного наследия в туристских целях;

- достичь солидарности и снизить взаимное отчуждение между населением и государственными органами власти;

- создать условия для самоорганизации населения и его участия в предоставлении туристских услуг и т. д.

Туризм оказывает на экономику прямое, косвенное и индуцированное воздействие посредством трех взаимосвязанных факторов [11]. Структура туристического сектора определяет в первую очередь его экономическое воздействие на страну. Основное влияние сектора является суммой прямых, косвенных и индуцированных последствий, которые можно резюмировать следующим образом. Прямые воздействия: это влияние на ВВП, обусловленное деятельностью, которая непосредственно связана с туризмом, в том числе гостиниц, туристических агентов и туроператоров, авиакомпаний, а также ресторанов и других юридических лиц, которые обслуживают туристов. Косвенные последствия: последствия данного типа являются функцией трех различных факторов. Индуцированные эффекты означают изменения в экономической деятельности, которые определяются доходами домашних хозяйств, прямо или косвенно зарабатывающих на местном туризме.

Туризм стал достаточно прибыльным бизнесом, который приносит пользу экономике страны, а также является отличным потенциалом для развития сопутствующих отраслей экономики – общественного питания, гостиничного бизнеса, транспорта.

Выводы. Туризм может быть катализатором экономического роста и ключевым сектором на макроэкономическом уровне. Эта отрасль имеет важное значение для повышения занятости населения и является существенным источником государственных доходов. Сфера туризма и гостеприимства являются мощным инструментом социально-экономического развития, который соединяет в себе экономические выгоды, социальные преобразования и культурное обогащение. При правильном управлении и устойчивом подходе туризм способен не только улучшить экономическое положение страны, но и повысить качество жизни населения, сохранить культурное и природное наследие, а также укрепить международное сотрудничество.

-
1. Дерен В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика : учебник для вузов / В. И. Дерен. – 8-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2024. – 903 с.
 2. Зайнуллин С. Б. Важность развития туризма и его влияние на мировую экономику / С. Б. Зайнуллин, Ч. Р. Нвачукву, Б. Д. Семерелул // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2021. – Т. 17. – № 5 (398). – С. 983–1004.
 3. Известия: [сайт]. – URL: <https://iz.ru/1657767/2024-02-29/putin-zaiavil-o-roste-turpotokana-10-mln-chelovek-blagodaria-kurortu-piati-morei> (дата обращения: 18.08.2025).
 4. Максимова Х. М. Экотуризм: положительное влияние на экономику и экологию / Х. М. Максимова // В центре экономики. – 2023. – Т. 4. – № 4. – С. 107–114.
 5. Министерство курортов и туризма Республики Крым: [сайт]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14> (дата обращения: 18.08.2025).
 6. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» // Федеральное агентство по туризму. – URL: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/natsionalnyy-proekt-turizm-i-industriya-gostepriimstva/> (дата обращения: 10.08.2025).
 7. Немоляева М. Э. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / Н. Э. Немоляева, Л. Ф. Ходорков. – Москва: Педагогическое общество России, 1985. – 214 с.
 8. Росстат: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 18.08.2025).
 9. Сейдуалин Д. А. Вопросы вовлечения ресурсов местного сообщества в развитие туризма на территории Улытауского региона Республики Казахстан / Д. А. Сейдуалин, К. П. Мусина, А. Х. Муканов // Экономические исследования и разработки. – 2023. – № 8. – С. 16–31.
 10. Соколова Н. Н. Диагностика факторов, влияющих на состояние туристской отрасли в новых реалиях / Н. Н. Соколова, Н. В. Захаркина, В. В. Ильин // Вестник ОрелГИЭТ. – 2020. – № 3 (53). – С. 79–86.
 11. Ardahaey F. T. Economic Impacts of Tourism Industry in Iran (with Emphasis on Marketing) / F. T. Ardahaey // Scholarly Journal of Business Administration. – 2014. – Vol. 1. – № 5. – P. 83–93. – URL: <https://scholarly-journals.com/sjba/archive/2011/December/pdf/Ardahaey.pdf2> (дата обращения: 25.08.2025).

THE IMPACT OF THE TOURISM SECTOR ON THE MACROECONOMIC SITUATION OF A COUNTRY

Tourism and the hospitality industry play a key role in the economic development of countries, contributing to the growth of gross domestic product, job creation, and the strengthening of infrastructure. This article examines the factors that influence tourism on a country's macroeconomic situation, including its direct, indirect, and induced effects. Particular attention is paid to the industry's adaptation to modern challenges and prospects for long-term sustainable development.

Keywords: *tourism, gross domestic product, macroeconomic indicators, infrastructure, gross value added, government revenues, sustainable development.*

УДК 796.51:004.738.52

С. Д. Димитриева

Искусственный интеллект как движущая сила трансформации туристической индустрии: проблемы и перспективы

Статья посвящена анализу роли искусственного интеллекта как ключевого фактора трансформации туристической индустрии. Рассмотрены основные направления применения ИИ в туризме: персонализация услуг, автоматизация сервисов, прогнозирование спроса и управление репутацией. Анализируются основные проблемы использования ИИ в туризме, в частности качество данных и ответственность организаций за ошибки.

Ключевые слова: искусственный интеллект, цифровизация, туризм, «умные» отели, виртуальные помощники, предиктивная аналитика, компьютерное зрение.

Введение. В современных условиях применение инструментов искусственного интеллекта является важнейшим элементом стратегической конкурентоспособности любой отрасли. Крупные компании всё чаще рассматривают интеграцию ИИ не просто как технологическое обновление, а как глубокую трансформацию всей бизнес-модели. В сфере туризма это особенно важно, поскольку индивидуализация туристического опыта становится ключевым критерием привлечения и удержания клиентов.

В условиях стремительной цифровизации туристической индустрии значительное количество туристов начинает доверять планирование своих путешествий искусственному интеллекту: пользователи всё чаще используют ИИ-ассистенты, чат-боты и алгоритмы рекомендаций для подбора направлений, бронирования билетов и отелей, составления персонализированных маршрутов и даже получения советов по культурным особенностям стран назначения.

Однако такая зависимость от искусственного интеллекта порождает комплексную проблему: с одной стороны, повышение эффективности, скорости и персонализации сервиса благодаря ИИ, с другой – усиление конкуренции не только между компаниями, но и между платформами, стремящимися стать «единственным окном» для путешественника. В нарастающей борьбе за контроль над пользовательским опытом главным «призом» становится внимание и лояльность туриста. При этом возникают риски снижения качества человеческого взаимодействия, потери уникальности туристических предложений, а также этические вопросы, связанные с обработкой персональных данных, прозрачностью алгоритмов и возможной дискриминацией в ценообразовании.

Ключевой проблемой исследования является сохранение баланса технологической трансформации с участием искусственного интеллекта и

качества, безопасности и гуманности туристического сервиса.

Вопросы внедрения инновационных технологий в сферу туризма рассматриваются в трудах Н. Т. Азизовой, Д. М. Кумовой [1; 4]. Технологиям их применения в концепции развития внутреннего туризма содержатся в исследованиях Л. А. Овчаренко и Е. Р. Писаненко [6]. Однако комплексный анализ проблем и перспектив применения ИИ в туризме, особенно с точки зрения баланса между технологической эффективностью и сохранением качества клиентского взаимодействия, остаётся недостаточно изученным.

Целью исследования является выявление ключевых проблем и перспектив использования искусственного интеллекта как движущей силы трансформации туристической индустрии в условиях цифровой экономики.

Изложение основного материала. В 2023–2024 годах основными факторами развития туристического рынка выступали экономический рост и расширение международной активности компаний. В 2025 году наблюдается смещение стратегического фокуса в сторону операционной и экономической оптимизации.

Одним из наиболее обсуждаемых вопросов в современной туристической индустрии является перспектива замены человеческого труда турагентов системами искусственного интеллекта (ИИ). В профессиональной среде и в публицистике всё чаще звучат опасения относительно потенциальной автоматизации функций турагентов и, как следствие, сокращения рабочих мест. Однако с научной точки зрения данная проблема требует более взвешенного и дифференцированного подхода.

На текущий момент искусственный интеллект не обладает способностью полноценно заменить турагента как специалиста, выполняющего комплексные задачи, связанные с индивидуальным подходом, эмоциональным интеллектом, консультированием и решением нестандартных ситуаций. Вместе с тем турагент, не интегрирующий технологии ИИ в свою профессиональную де-

ятельность, оказывается в невыгодной позиции по сравнению с коллегами, активно использующими интеллектуальные инструменты.

Применение ИИ позволяет автоматизировать рутинные процессы: поиск предложений, обработку запросов, генерацию презентационных материалов и маркетингового контента, что существенно повышает операционную эффективность. Освободившееся время турагент может направить на углублённое взаимодействие с клиентом, персонализацию сервиса и решение сложных задач, недоступных для алгоритмов. Таким образом, ключевым вызовом становится не замена человека ИИ, а трансформация профессиональной роли турагента в условиях цифровой среды, где владение технологиями становится необходимым условием конкурентоспособности.

Рассмотрим ключевые направления интеграции искусственного интеллекта в туристическую индустрию (см. рисунок). Благодаря возможностям компьютерного зрения осуществляется идентификация визуальных элементов с последующим предоставлением пользователю развернутой информации, включающей исторический контекст, культурное значение и персонализированные рекомендации.

Еще один пример применения технологии компьютерного зрения – сафари и экскурсии на природе. Такие алгоритмы, как Ultralytics YOLOv8, способны реагировать в режиме реального времени на различные виды животных и растений, обеспечивая точное обнаружение и классификацию объектов окружающей среды. Эти системы используют высокопроизводительные нейронные сети для анализа изображений, что позволяет туристам получать мгновенную обратную связь о встречаемых видах [5].

Искусственный интеллект также активно применяется и в сфере гостеприимства (см. таблицу). Его использование направлено на повышение качества обслуживания за счёт автоматизации процессов и персонализации взаимодействия с гостями.



Рисунок – Направления интеграции искусственного интеллекта в туристическую индустрию

Современные «умные» отели внедряют цифровых ассистентов и роботизированных консьержей, способных обеспечивать круглосуточную поддержку, ускорять процедуру заселения, а также формировать индивидуальные рекомендации по питанию, досугу и локальным достопримечательностям.

Использование искусственного интеллекта позволяет переходить организациям от ручного управления к автоматизированным решениям: автоматизация продаж, персонализация сервиса, предиктивная аналитика, управление персоналом и цифровое управление объектами. Интеграция ИИ в цифровые

платформы и бизнес способствует снижению нагрузки на персонал, росту доходов, повышению лояльности гостей и расширению прямых каналов продаж.

Одной из ключевых проблем, с которой сталкиваются специалисты при внедрении искусственного интеллекта (ИИ) в туристическую отрасль, является качество и достоверность исходных данных. Перед внедрением ИИ-решений в практику туроператоров и турагентств проводится комплексный аудит информационной инфраструктуры, центральным вопросом которого является наличие у компании структурированной, актуальной и качественной базы данных,

Таблица – Сервисы с использованием ИИ и цифровых технологий для отелей*

Название сервиса	Категория	Описание
Aiso	ИИ-ассистент / Виртуальный консьерж	ИИ-бот для ведения диалогов с гостями в чате на сайте, в мессенджерах и социальных сетях. Работает на более чем 20 языках, бронирует номера, продает дополнительные услуги (трансфер, повышение категории номера), интегрируется с PMS и системами дистрибуции.
Hotellab	Управление доходами	Платформа для динамического ценообразования, бенчмаркинга, анализа конкурентов и прогнозирования спроса на срок до 360 дней. Предоставляет аналитические данные и отчеты в режиме реального времени.
Data.Forecast	Предиктивная аналитика	Первая российская самообучающаяся платформа для прогнозирования спроса, вероятности заезда и рекомендаций по ценообразованию. Анализирует более 2600 параметров (бронирование, активность на сайте, погода и т. д.).
Domo	Цифровая управляющая компания	Обеспечивает полное цифровое управление отелем: от маркетинга и дистрибуции до операционной деятельности. Использует собственные ИТ-решения и управленческие методологии.

*Составлена автором [3].

пригодной для обучения нейросетевых моделей.

Этот аспект имеет принципиальное значение, поскольку эффективность ИИ напрямую зависит от качества обучающей выборки. Этот процесс можно проиллюстрировать на примере нового сотрудника, приступившего к работе: стажер, не обладающий контекстом и знаниями, не может быть вовлечен в рабочие процессы, в то время как сотрудник, прошедший адаптацию и освоивший внутренние процедуры, со временем становится ценным источником рекомендаций. Точно так же искусственный интеллект требует длительного и систематического обучения на достоверных данных, чтобы формировать релевантные и надежные выводы.

Однако наряду с зависимостью от обучающих данных ИИ-системы сталкиваются с феноменом, известным как «галлюцинации» – генерация ложной или несуществующей информации. Были случаи, когда нейросети предлагали туристам несуществующие маршруты (например, в Чешских Татрах)

или не учитывали актуальные визовые требования (как в случае с поездкой в Лиму). Эти инциденты подчеркивают риски, связанные с использованием ИИ в критически важных сценариях [7].

Особую тревогу вызывает тенденция к самовоспроизводству данных в цифровой среде: по мере роста числа материалов, созданных искусственным интеллектом, возникает риск того, что будущие модели будут обучаться не на данных, созданных людьми, а на контенте, сформированном предыдущими нейросетями. Это может привести к распространению ошибок и снижению качества информации, что особенно опасно в сфере туризма, где точность данных напрямую влияет на безопасность клиентов.

С юридической и репутационной точек зрения ответственность за ошибки, допущенные ИИ-системой, лежит на компании, которая её использует. Поэтому полная автоматизация процесса подбора туров с помощью ИИ в ближайшее время маловероятна – высокий уровень риска делает такой подход экономически и репутационно нецелесообразным.

Тем не менее с технологической точки зрения возможность создания надёжных ИИ-систем для автоматического формирования туристических предложений может быть реализована в течение ближайших двух-трёх лет при условии выполнения ряда критически важных требований. Во-первых, ИИ должен иметь прямой доступ к централизованным базам данных крупных туроператоров и агрегаторов, а не полагаться на поверхностный сбор информации из открытых интернет-источников, насыщенных генеративным контентом. Во-вторых, эти базы должны быть тщательно очищены от ошибок, шумов и искажений – как человеческого, так и алгоритмического происхождения. Только при соблюдении этих условий искусственный интеллект сможет превратиться из вспомогательного инструмента в полноценного партнёра в создании персонализированных и безопасных туристических маршрутов.

Процесс цифровизации и интеграции искусственного интеллекта (ИИ) в туристическую индустрию протекает неравномерно и зависит от сегмента рынка. В премиальном и люксовом сегментах как отечественных, так и международных предложений наблюдается тенденция к сохранению и даже усилению роли живого, персонализированного сервиса, то есть присутствие человека становится не просто элементом обслуживания, а маркером элитарности и высокого статуса.

Анализ современных тенденций, в том числе данных, представленных в исследовании Сбербанка, указывает на то, что внедрение ИИ может усугубить существующее социальное неравенство. С одной стороны, массовый и средний сегменты туризма будут всё больше ориентироваться на автоматизированные решения: чат-боты, виртуальные помощники, цифровые платформы для бронирования и персонализации. С другой стороны, клиенты премиум-класса будут продолжать требовать и получать услуги, основанные на непосредственном человеческом взаимодействии.

Для этой категории потребителей ключевым является непрерывное, инту-

итивное и проактивное сопровождение, выходящее за рамки алгоритмических возможностей ИИ. Личный помощник, батлер или персональный турагент обладают контекстным пониманием предпочтений клиента, способны предугадывать его потребности и действовать без необходимости уточнять детали (например, знать, какой сорт кофе предпочитает гость, где хранится его презентация или кому следует позвонить в экстренной ситуации). Такой уровень сервиса основан на глубоких межличностных связях, доверии и опыте, что пока недоступно искусственному интеллекту.

Следовательно, в будущем можно ожидать формирования двойственной модели туристического рынка: с одной стороны – массовая, оптимизированная и автоматизированная сфера, управляемая искусственным интеллектом, с другой – эксклюзивный сегмент, где высокий статус подтверждается именно отсутствием автоматизации и индивидуальным подходом. В этом смысле человеческий фактор превращается из операционного элемента в символ премиальности и социального статуса.

Выводы. Таким образом, интеграция искусственного интеллекта в туристическую индустрию становится ключевым фактором цифровой трансформации, способствуя повышению операционной эффективности, персонализации сервиса и оптимизации управления. Однако ИИ не заменяет специалистов, а трансформирует их роль, требуя от профессионалов владения цифровыми инструментами. Основные направления применения ИИ включают виртуальных помощников, компьютерное зрение, предиктивную аналитику и цифровые управляющие платформы. Ключевыми проблемами остаются качество данных, риск «галлюцинаций» ИИ и ответственность за ошибки. В будущем ожидается формирование дуалистической модели рынка: массовый сегмент будет основан на автоматизации, а премиальный сохранит живое, персонализированное обслуживание как маркер элитарности и высокого статуса.

-
1. Азизова Н. Т. Перспективы и риски использования искусственного интеллекта в сфере туризма / Н. Т. Азизова // Экономическое развитие и анализ. – 2024. – № 2 (5). – С. 396–402. – URL: https://www.researchgate.net/publication/381455519_perspektivy_i_riski_ispolzovania_iskusstvennogo_intellekta_v_sfere_turizma (дата обращения: 03.08.2025).
 2. Будущее 2035+ // СБЕР. – URL: <https://generation-startup.ru/analytics/budushchee-2035> (дата обращения: 03.08.2025).
 3. Когда консьерж – это бот: 7 HotelTech-стартапов, меняющих отели. – 2025. – URL: <https://incrusia.ru/share/kogda-konserzh-eto-bot-7-hoteltech-startapov-menyayushhih-oteli/> (дата обращения: 03.08.2025).
 4. Кумова Д. М. Использование платформ на базе искусственного интеллекта в сфере туризма / Д. М. Кумова // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 18–26.
 5. Мостафа И. Влияние искусственного интеллекта на индустрию туризма / И. Мостафа // Ultralytics. – 2024. – URL: <https://www.ultralytics.com/ru/blog/the-impact-of-ai-on-the-tourism-industry> (дата обращения: 03.08.2025).
 6. Овчаренко Л. А. Искусственный интеллект как концепция управления развитием внутреннего туризма / Л. А. Овчаренко, Е. Р. Писаненко // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Донецк, 6–7 ноября 2024 года). – Донецк: Донецкая академия управления и государственной службы, 2024. – С. 733–736.
 7. Через пару лет никто не поймет, что он говорит с ИИ»: что сейчас делать турбизнесу с нейросетями // Ассоциация туроператоров. – 2025. – URL: <https://www.atorus.ru/article/cherez-paru-let-nikto-ne-poymet-hto-govorit-s-ii-hto-seychas-delat-turbiznesu-s-neyrosetyami-62669> (дата обращения: 03.08.2025).

Artificial Intelligence as a Driving Force for the Transformation of the Tourism Industry: Problems and Prospects

The article analyzes the role of artificial intelligence as a key factor in the transformation of the tourism industry. The main areas of AI application in tourism are considered: personalization of services, automation of services, demand forecasting and reputation management. The main problems of using AI in tourism are analyzed, in particular, data quality and the responsibility of organizations for errors.

Keywords: artificial intelligence, digitalization, tourism, smart hotels, virtual assistants, predictive analytics, computer vision.

УДК 911.3:338.48

М. Е. Чеглазова, Т. Н. Чугунова

Социальный туризм в Республике Крым: институциональные основы, проблемные зоны и векторы развития

В статье рассматриваются актуальные проблемы и направления в исследовании понятия «социальный туризм». Определены компетенции и организация социального туризма на государственном уровне и на уровне региона как принимающей стороны, а также потребности услуг социального туризма. На примере Республики Крым выявлены условия реализации социального туризма, способствующие и препятствующие развитию социального туризма в регионе.

Ключевые слова: социальный туризм, национальные проекты, государственная поддержка, участники туристской деятельности, Республика Крым.

Введение. С 2019 по 2023 год мировой спрос на социальный туризм в среднем рос на 3,9 % ежегодно. По прогнозам, в ближайшие десять лет (с 2025 по 2035 г.) расходы на социальный туризм будут увеличиваться в среднем на 4,4% в год.

Спрос на социальный туризм во всём мире неуклонно рос под влиянием таких факторов, как увеличение дохода, повышение осведомлённости об экологических способах путешествий и расширение доступа к недорогим альтернативам, а также совместных действий правительства, некоммерческих организаций и частного бизнеса по продвижению программы социального туризма.

Согласно предположениям, в течение прогнозируемого периода спрос на социальный туризм будет расти. Ожидается, что изменение потребительских предпочтений в отношении эмпирических путешествий и туризма, основанного на взаимодействии с местным

сообществом, приведёт к росту спроса на иммерсивные и аутентичные путешествия. Технологические и цифровые усовершенствования, вероятно, повысят доступность и удобство социального туризма, что будет способствовать дальнейшему росту спроса.

В современных условиях стратегия развития внутреннего туризма направлена на развитие современной туристской инфраструктуры и увеличение налоговых поступлений от деятельности субъектов предпринимательства, занятых в туристской сфере, и одновременно на обеспечение конституционного права граждан на отдых. В этой связи социальный туризм является эффективным инструментом выполнения основных положений социальной политики как в целом в стране, так и в регионах, способствует эффективному использованию туристского потенциала и максимальному удовлетворению потребностей наиболее незащищенных слоев населения в оздо-

ровлении и отдыхе. Выявление проблем развития туризма в регионе и определение инструментария развития внутреннего туризма с учетом социальной направленности обуславливают актуальность выбранной темы исследования.

Сущность и актуальность социального туризма неоднократно рассматривались на международном уровне, в частности были приняты основополагающие документы – «Манильская декларация по мировому туризму» (1980), «Монреальская декларация» (1996), резолюции по туризму Генеральной Ассамблеи ООН и Международной организации социального туризма (ISTO), а также на национальном уровне, в частности «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», «Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма»». Кроме того, в рамках Стратегии практически в каждом субъекте Федерации приняты федеральные программы по развитию туризма, в которых подчеркивается социальная направленность туристской деятельности.

Содержание социального туризма и различные направления его развития рассматривались зарубежными и отечественными учеными и нашли отражение в научных трудах Дж. Хоклэнда, В. Ханзикера, Л. Миннаерта, Р. Майтланда и Г. Миллера, В. И. Азара, В. Н. Акишина, М. Б. Биржакова, В. А. Квартального, А. Ю. Александровой, Ю. И. Карповой, Т. А. Волковой, Д. А. Комарова, Д. В. Максимова и других.

Анализ научных публикаций по развитию социального туризма показал, что основные исследования направлены на определение его значения для социально-экономического развития; на возможность сглаживания неравенства между различными группами населения, а именно на предоставлении нематериальных благ гражданам, которые в силу недостатка собственных доходов не могут себе позволить путешествия; на осуществление государственного регулирования и механизма финансирования социального туризма. Вместе с тем

условия развития социального туризма на региональном уровне и роль каждой группы участников туристской деятельности в этом процессе освещаются не в полной мере.

Цель статьи – определить состояние и организацию социального туризма в Республике Крым, выявить основные проблемы его развития.

Изложение основного материала. Понятие «социальный туризм» не имеет однозначного толкования, но все исследователи отмечают его главное назначение – это обеспечение конституционного права на отдых и сглаживание неравенства между различными группами населения, а именно предоставление нематериальных благ гражданам, которые в силу недостатка собственных доходов не могут себе позволить путешествия.

Социальный туризм признается одной из приоритетных государственных задач в сфере туризма и рассматривается как экономическая категория с акцентом на финансово-экономическое содержание в научных статьях: А. А. Горбатова, П. П. Чуваткина, Ю. И. Карпова, Т. А. Волкова, Д. А. Комарова, Д. В. Максимова, С. И. Пустовойтенко, В. С. Сенина, Д. З. Наркуловой и других.

В исследованиях П. Д. Павленок, Е. В. Шешеговой, С. П. Шпилько и других авторов социальный туризм выступает в качестве эффективного средства оздоровления и духовного развития населения, совокупности социокультурных объектов и участников, а также принципов, целей, средств, которые позволяют малообеспеченным слоям населения воспользоваться возможностями туристского отдыха.

Социальный туризм как значимый сектор туристского рынка, где в целях создания условий для путешествий и отдыха наименее обеспеченной части населения средства выделяются государством (или другими источниками), анализируется в трудах Л. В. Сергиенко, Е. Н. Трофимова.

Путешествия с целью отдыха, оздоровления, приобщения к природному

и культурно-историческому наследию, реализуемые гражданам по цене социального тура, а также условия и факторы, необходимые для развития социального туризма рассматриваются в работах В. А. Квартальнова, М. Б. Биржакова.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с поправками от 5 февраля 2007 г.) определяет социальный туризм в качестве приоритетного направления туристской деятельности, полностью или частично осуществляемой за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов, в том числе выделяемых в рамках государственной социальной помощи, а также средств работодателей. Следовательно, основным признаком социального туризма является финансирование за счет указанных выше источников.

Хартия туризма, одобренная резолюцией VI сессии Генеральной ассамблеи ВТО (1985), определяет группы участников и организаторов туристской деятельности [3]: государство; принимающая сторона – местное население в местах транзита и временного пребывания; работники в области туризма и поставщики услуг для туризма и путешествий; получатели услуг – туристы.

Определим основные организационные положения в этих группах.

Важнейшая роль в развитии социального туризма отводится государству. Государство формирует нормативно-правовую базу для его развития, разрабатывает и проводит политику, направленную на развитие социального туризма, а также составляет государственный бюджет с учетом организации санаторно-курортного лечения, оздоровления и отдыха определенных категорий граждан. Государственное регулирование социальным туризмом осуществляется за счет реализации социальной политики, в основе которой законодательно установленные правила и нормы, определяющие реальный уровень доступности для населения услуг отдыха и оздоровления на определенной территории.

Определяя организацию и регулирование социального туризма на государственном уровне с учетом основных положений Хартии туризма, отметим, что туристская политика должна реализовываться в соответствии с политикой общего развития на всех уровнях: на местном, региональном, национальном и международном.

Государство должно содействовать принятию мер для расширения возможностей участия граждан в социальном туризме, в том числе «посредством регулирования рабочего времени и досуга, установления или улучшения системы ежегодных оплачиваемых отпусков и равномерного распределения дней таких отпусков в течение года» [3].

Для развития социального туризма государство обеспечивает формирование национального бюджета, создаёт нормативно-правовую основу с целью поддержки социальной отрасли общественных отношений. Отмечается также, что правительственная координация в сфере социального туризма «ведется вместе с поддержкой развития социальной политики, на основании которой формируются принципы, цели, правила и программы развития» [1, с. 676–679]. Благодаря государственной поддержке, население реализует своё право на отдых, в том числе на туристские путешествия, удовлетворение потребностей в санаторно-курортном лечении, оздоровлении и отдыхе в специально обустроенных местах.

Не менее важным является поддержка государством развития социальной и туристской инфраструктуры, которая требует постоянного обновления, развития информационных технологий в туризме, улучшения магистральной инфраструктуры. Значительна роль государства в повышении уровня сервиса и кадрового обеспечения туризма, в развитии языковой подготовки работников в сфере туризма, в привлечении бизнеса в формирование образовательных программ для туристской отрасли.

В Хартии туризма отмечается, что государству необходимо «защищать в ин-

тересах настоящего и будущих поколений туристскую среду, которая, включая в себя человека, природу, общественные отношения и культуру, является достоянием всего человечества» [3].

Особое внимание должно уделяться созданию условий для доступа туристов к объектам культурного и природного наследия посещаемых мест; обеспечению безопасности туристов и их имущества посредством превентивных мер и мер защиты; предупреждению дискриминационных мер в отношении туристов; информированию с целью понимания обычаев местного населения в местах транзита и временного пребывания.

Все рекомендации по организации социального туризма нашли отражение в нормативно-законодательных актах, в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», в Программах развития различных видов туризма.

На уровне регионов определяются условия для развития специальных видов туризма, разрабатывается событийный календарь, включающий наиболее значимые культурно-массовые мероприятия, такие как фестивали, спортивные соревнования, конкурсы, различные праздники, выставки, гастроли и пр. Определяются также меры их финансовой, организационной, информационной поддержки местными законодательными органами администрациями [2, с. 37–40].

Климатические условия, уникальные природные ландшафты, разнообразие крымской флоры и фауны благоприятны для развития круглогодичного курортного лечения и туризма. Общая протяженность морского побережья в 1175 км, в том числе пригодного для организации пляжного отдыха – 452 км, природная гидроминеральная база, включающая минеральные воды и лечебные грязи, позволяют организовать и проводить эффективное санаторно-курортное лечение и оздоровительные процедуры.

На территории Республики Крым расположены 202 особо охраняемые

природные территории регионального (194) и федерального значения (8), по этим самым живописным местам Республики Крым проходит около сотни экологических пешеходных маршрутов.

На территории Республики Крым находятся 5190 объектов культурного наследия федерального и регионального значения, представленные объектами археологии и архитектуры, памятниками истории и монументального искусства, музеями и культурно-природными ландшафтами, что способствует развитию разнообразных видов культурно-познавательного туризма.

В Республике Крым, как уникальном регионе Российской Федерации, разработана Государственная программа развития курортов и туризма. Ее основными приоритетами являются:

- строительство (реконструкция) объектов обеспечивающей инфраструктуры, развитие объектов туристской инфраструктуры;
- повышение качества сервиса и кадрового потенциала туристической отрасли;
- повышение престижа отраслевых профессий;
- популяризация и повышение узнаваемости крымского туристского направления на внутреннем и внешнем рынках.

Основными целями реализации Госпрограммы являются увеличение въездного туристского потока в Республику Крым и увеличение суммы налоговых поступлений от деятельности субъектов санаторно-курортного и туристского комплексов.

Работники в области туризма и поставщики услуг для туризма и путешествий вносят существенный вклад в развитие социального туризма и в претворение в жизнь положений Стратегии и Программы развития туризма в регионах. К ним относятся в первую очередь туроператоры и турагенты, экскурсоводы и гиды-переводчики, а также средства размещения и объекты питания, транспортные туристские предприятия, объекты развлекательной инфра-

структуры, организаторы культурно-массовых мероприятий и все объекты предпринимательства, обслуживающие туристскую отрасль.

В 2024 году в Республике Крым туристскую деятельность осуществляли: 38 туроператоров и 201 турагент; 415 аттестованных экскурсоводов (гидов), включая 10 гидов-переводчиков; функционировали 1108 средств размещения, в том числе 976 гостиниц, 91 санаторно-курортная организация, 41 организация детского отдыха и оздоровления. Условия осуществления деятельности по размещению и другим услугам определяются законодательными и нормативными актами.

Работники в области туризма и поставщики услуг для туризма и путешествий должны придерживаться принципов Хартии туризма и соблюдать все обязательства, взятые на себя в рамках их профессиональной деятельности, обеспечивая высокое качество предоставляемого туристского продукта в целях содействия утверждению гуманистического характера туризма [3]. Им необходимо оказывать содействие в соответствии с национальным и международным законодательством, создавать условия для занятия основной деятельностью без каких-либо помех или дискриминации, использовать общую и техническую профессиональную подготовку для обеспечения квалифицированными кадрами, сотрудничать с публичными властями через национальные и международные организации в целях улучшения координации туристской деятельности и улучшения качества предоставляемых ими услуг [3].

Именно работники в области туризма и поставщики услуг для туризма и путешествий несут основную нагрузку по обеспечению условий для различных категорий социального туризма: оборудование здравниц для лиц с ограниченными возможностями и обеспечение комфортного пребывания в средствах размещения – обустройство пандусов в общественных учреждениях и подходов к объектам экскурсионного показа; об-

устройство терренкуров и рекреационных троп, разработка и проведение экскурсий, в том числе музейных, создание и содержание парковых зон, проведение охранных мероприятий на территории туристских дестинаций.

К получателям услуг социального туризма относятся социальные категории граждан, в первую очередь многодетные семьи, сироты, воспитанники школ-интернатов и детских домов, школьники, обучающаяся и работающая молодежь, инвалиды, пенсионеры, малоимущие граждане, малообеспеченные семьи, а также соответствующие категории работников предприятий, организаций, учреждений. В настоящее время в этот перечень включаются участники СВО и члены их семей.

Потребителей услуг социального туризма необходимо обеспечивать:

- транспортом, который предоставляется поставщиками туристских услуг в течение времени пребывания;
- специальными условиями размещения с учетом категории социальных туристов;
- свободным доступом к местам и отдельным районам туристского интереса и свободой передвижения, учитывая существующие правила и ограничения, а также категории социальных туристов.

Несмотря на наличие благоприятных условий для развития социального туризма, можно отметить проблемные моменты, требующие решения на региональном уровне. Так, в новых социально-экономических условиях развитие социального туризма сдерживается главным образом недостаточным правовым обеспечением данной сферы, отсутствием новых форм и методов организации и предоставления услуг социального отдыха.

В настоящее время единственными способами прибытия в Республику Крым являются железнодорожный и автомобильный транспорт. По длительности железнодорожные и автобусные перевозки значительно уступают пассажирским перевозкам воздушным транспортом. Кроме того, не все

транспортные средства приспособлены к перевозке посетителей социального туризма. Например, очень высокие ступени и узкие проходы в экскурсионных автобусах, недостаточно автобусов для проведения транспортных экскурсий для детей, людей с ограниченными физическими возможностями.

Фактором, сдерживающим развитие санаторно-курортного и туристского комплексов, является состояние материально-технической базы, в первую очередь санаторно-курортных и оздоровительных учреждений, не приспособленных для размещения инвалидов, детей и граждан возрастных категорий.

Туристская сфера Республики Крым испытывает нехватку квалифицированных кадров, которая связана с сезонным характером деятельности отраслевых предприятий. Работа в санаторно-курортной и туристской сферах многими воспринимается как сезонная подработка, что негативно сказывается на качестве обслуживания. Отмечается также дефицит специализированного медицинского персонала по отдельным направлениям курортного лечения.

Недостаточно прогулочных маршрутов на пешеходных уличных пространствах в границах туристского центра города, рекреационные тропы не оборудованы для безопасного передвижения, не имеют указатели протяженности и категории сложности, то есть не приспособлены для нужд инвалидов: отсутствуют поручни, подъемники, пандусы, сигнальные устройства (визуальные, звуковые, тактильные и прочие средства ориентации, информации и сигнализации).

Недостаточно информации о возможностях социального туризма, о финансировании и льготах для отдельных категорий граждан, к которым относятся многодетные семьи, сироты, воспитанники школ-интернатов и детских домов, школьники, обучающаяся и работающая молодежь, инвалиды, пенсионеры, малоимущие граждане, малообеспеченные семьи, а также категории работников предприятий, организаций,

учреждений, особенно живущих в сельской местности.

Вместе с тем в настоящее время формируются новые тенденции в развитии социального туризма. Сочетание цифровых платформ и технологических решений меняет социальный туризм, делая бронирование поездок более доступным и удобным для пользователей. Мобильные приложения, интернет-платформы и технологии виртуальной реальности упрощают бронирование и предоставляют участникам интерактивные путеводители.

Формирование государственно-частного партнерства способствует развитию инноваций и расширению программ социального туризма. Стратегическое партнёрство позволяет использовать общие ресурсы, навыки и связи для разработки комплексных и эффективных инициатив, направленных на решение широкого спектра социальных и экологических проблем.

Растёт интерес к эмпирическим и иммерсивным путешествиям, которые позволяют познакомиться с местной культурой, обычаями и сообществами. Проживание в семьях, волонтерская деятельность и культурный обмен становятся всё более популярными среди путешественников, стремящихся к более глубоким знаниям и личностному росту.

Устойчивый туризм стремительно внедряется в сферу социального туризма, где приоритетными задачами являются защита окружающей среды, сохранение социокультурных ценностей и расширение экономических возможностей. Концепции ответственного туризма, такие как сокращение выбросов углекислого газа, поддержка местной экономики и защита прав коренных народов, определяют создание и реализацию проектов социального туризма по всему миру.

Лечебно-оздоровительный туризм взаимодействует с социальным туризмом, позволяя людям уделять внимание заботе о себе, психическому здоровью и общему благополучию, а также вносить свой вклад в решение социальных проблем.

Растёт осознание ценности инклюзивного туризма, который привлекает людей с любым уровнем подготовки, навыками и потребностями. Программы социального туризма способствуют доступности, инклюзивности и разнообразию отдыха и имеют больше шансов привлечь широкую аудиторию и вызвать у туристов чувство сопричастности.

Эта тенденция открывает перед организациями новые возможности для создания и внедрения инклюзивных туристских программ, отвечающих потребностям всех туристов, независимо от возраста, пола, этнической принадлежности или физических возможностей.

Тенденция к инклюзивности – ключевой фактор, способствующий развитию рынка социального туризма. В эпоху растущей осведомлённости о социальном неравенстве и повышенного внимания к многообразию и инклюзивности туристская отрасль развивается, привлекая более широкий круг путешественников.

По мере того как всё большее число туристов стремится получить значимые и аутентичные впечатления, растёт потребность в инклюзивных туристских продуктах. Социальный туризм способствует большей инклюзивности в тури-

стском секторе, предоставляя доступ к ранее недоступным местам, мероприятиям и жилью для определённых социально-экономических групп.

Цифровизация способствует росту социального туризма, меняя способы доступа туристов к информации, планирования поездок и взаимодействия с локациями. Широкое распространение интернета и мобильных технологий позволяет путешественникам, особенно из малообеспеченных семей, легко найти и бронировать недорогие варианты поездок. Так, онлайн-платформы и социальные сети являются актуальными инструментами по поиску проектов социального туризма.

Выводы. Дальнейшее развитие социального туризма в Крымском регионе зависит от развития комплексного подхода, который включает следующие направления: нормативно-правовую базу, развитие государственно-частного партнерства, дальнейшее совершенствование инфраструктуры региона с учетом доступности и инклюзивности для обеспечения доступа к туристским услугам социально уязвимых категорий граждан.

1. Карпова Ю. И. Перспективы развития социального туризма в России / Ю. И. Карпова, Т. А. Волкова // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 11-5. – С. 676–679.

2. Шнорр Ж. П. Организация социального туризма: региональные аспекты, проблемы, совершенствование / Ж. П. Шнорр, Н. А. Щетинина, А. А. Попова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 2 (93). – С. 34–44.

3. Хартия туризма. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/901756802> (дата обращения: 20.08.2025).

Social Tourism in the Republic of Crimea: Institutional Framework, Problem Areas And Development Vectors

The article discusses current issues and research directions related to the concept of “social tourism”. It defines the competencies and organization of social tourism at the state and regional levels, as well as at the regional level as a host and consumers of social tourism services. Using the example of the Republic of Crimea, the article identifies the conditions for the implementation of social tourism, as well as the factors that facilitate and hinder the development of social tourism in the region.

Keywords: social tourism, national projects, state support, participants in tourism activities, Republic of Crimea.

УДК 796.51:338.45+312

С. В. Чимирис

Трансформационные процессы в системе внутреннего туризма

В статье рассматриваются трансформационные процессы в системе внутреннего туризма, их причины и последствия. Особенное внимание уделяется изменениям в потребительских предпочтениях, а также экономическим факторам и влиянию технологий на развитие внутреннего туризма.

Ключевые слова: *внутренний туризм, мотивация, мотивационные предпосылки, демография, демографическая ситуация, демографические изменения, трансформационные процессы.*

Введение. Внутренний туризм играет ключевую роль в экономике России, способствуя развитию различных секторов, включая гостиничный бизнес, ресторанный сервис, транспорт и услуги, а значит, созданию рабочих мест и росту малого и среднего бизнеса, стимулирует развитие регионов и поддержание культурных ценностей. В последние годы внутренний туризм в России стал приобретать все большую популярность. С учётом глобальных изменений, вызванных экономическими, политическими и социальными факторами, наблюдается значительный сдвиг в предпочтениях путешественников.

Цель исследования – определить особенности трансформационных процессов в системе внутреннего туризма, его предпосылок в контексте мотивационных процессов и демографических изменений.

В процессе своего исследования автор опирался на работы Н. Л. Безруковой [8], Т. А. Дудника [1], М. А. Жуковой [3], А. О. Кулика [1], Е. В. Луганской [2], О. В. Рогач [4], Е. В. Фроловой

[4]. В них рассматриваются потребительские предпочтения и мотивационные процессы в развитии внутреннего туризма, определяется их значение в изменении потребительского поведения. Проанализированы также труды И. Н. Бюрчиева [9], Е. В. Гуняева [5], Е. А. Качановой [9], О. В. Лысиковой [6], М. О. Машкова [9], В. Р. Тухватулина [10], Л. А. Урманова [10], посвящённые трансформационным процессам в системе внутреннего туризма.

Изложение основного материала. Изменение потребительских предпочтений – это процесс, который играет ключевую роль в трансформационных процессах в сфере туризма. Потребительские предпочтения представляют собой поведение потребителей, направленное на получение максимальной пользы и выгоды для себя [1]. Поведение потребителя подвержено влиянию – это и есть фундаментальный принцип, который лежит в основе изучения потребительских предпочтений.

Вкусы и предпочтения в туризме меняются со временем под влиянием раз-

личных факторов. Это связано со сдвигами в принятии индивидуальных решений, коллективным поведением или изменяющимися трендами в культуре, политике, экономике и обществе.

Турист независим в своём выборе, однако на имеющиеся предпочтения можно повлиять при помощи мотивации, если услуга рассчитана на удовлетворение ожиданий туриста [2]. На совершаемые путешествия большое влияние оказывают факторы культурного, социального, личного и психологического порядка. В большинстве своем это факторы, не поддающиеся контролю со стороны туристского рынка. Соответственно фактором, на который напрямую может влиять туристический рынок, является мотивация.

Мотивация в туризме – это движущая сила, побуждающая человека к путешествиям. Понимание мотиваций туристов помогает организаторам туризма и бизнесу лучше ориентироваться на потребности клиентов.

К важнейшим мотивационным предпосылкам в туризме относят (см. рисунок 1, 2):

1. *Отдых и релаксацию.* Большинство туристов путешествуют с целью отдыха и расслабления. По данным различных исследований, около 60% путешественников указывают отдых как основную мотивацию [3].

2. *Культурные и образовательные цели.* Посещение исторических и культурных мест, музеев и выставок. Статистика показывает, что примерно 30% туристов заинтересованы в культурных аспектах во время поездок [4].

3. *Активный отдых и приключения.* Встреча с природой и возможность заниматься активными видами спорта. Около 40% туристов ищут приключений и физической активности [5].

4. *Общение и социальные связи.* Важность общения с друзьями, семьей и новыми людьми. Примерно 20% опрошенных выражают желание путешествовать для социального взаимодействия [6].

5. *Здоровье и благополучие.* Туризм, связанный с оздоровлением и wellness-программами, становится всё более популярным. Около 15% туристов выбирают поездки с целью улучшения здоровья [7].

6. *Гастрономический туризм.* Путешествия, основанные на кулинарных предпочтениях и открытиях [8].

Мотивационные предпосылки играют значительную роль в развитии внутреннего туризма, так как определяют выбор определенного туристского продукта и принятие решения о путешествии. Понимание мотивов туристов позволяет создавать адресные услуги, которые соответствуют ожиданиям потребителей.



Рисунок 1 – Данные исследований по мотивационным предпосылкам в туризме, %



Рисунок 2 – Долевое соотношение мотивационных предпосылок в туризме, %

Современные тренды в сфере внутреннего туризма свидетельствуют о его стабильном росте. Так, в последние годы наблюдается увеличение числа внутренних поездок. Например, в России в 2022 году внутренний туризм увеличился на 25% по сравнению с предыдущими годами [9]. При этом около 70% россиян предпочитают отдых на природе и в сельской местности. Современная молодежь (поколение Z и миллениалы) проявляет всё больший интерес к активному отдыху, приключениям и экотуризму по сравнению с более зрелыми поколениями. Современные тенденции в сфере туризма, такие как экологичность, аутентичность и здоровье, соответствующим образом отражаются на потребительских предпочтениях.

Демография как наука, изучающая население, его структуру, динамику и распределение, также играет существенную роль в формировании туристических потоков и предпочтений. Демографическая ситуация в России претерпевает изменения, которые непосредственно отражаются на внутреннем туризме. К важнейшим демографическим аспектам, на которые следует обратить внимание, относятся:

1. Возрастная структура населения. С увеличением продолжительности жизни и старением населения наблюдается рост интереса к туристическим

продуктам, ориентированным на пожилых людей: экскурсионные программы, оздоровительные курорты и культурные мероприятия, привлекающие старшее поколение.

2. Молодежь и семейный туризм. Молодежь и молодые семьи становятся активными участниками внутреннего туризма. Они ищут новые впечатления, приключения и возможности для отдыха. Это приводит к увеличению спроса на активные виды туризма, такие как экотуризм, спортивный туризм и путешествия по городам с богатой культурной программой.

3. Городская миграция. Миграция из сельских районов в города оказывает влияние на внутренний туризм. Молодежь, переезжающая в крупные города, часто стремится исследовать родные края и места, где они выросли. Это создает спрос на туры, которые включают посещение малых городов и сельских местностей.

Демографические изменения неразрывно связаны с экономическими и социальными факторами. Увеличение доходов населения и доступность путешествий способствуют росту внутреннего туризма. В то же время экономические кризисы могут негативно сказаться на туристической активности. Важно отметить, что демографические тенденции могут как способствовать, так и сдерживать развитие внутреннего туризма.

С учетом текущих демографических изменений можно выделить следующие перспективные направления развития внутреннего туризма в России:

1) разработка специализированных туров и программ, которые будут привлекать разные возрастные группы;

2) улучшение транспортной и туристической инфраструктуры в регионах, а также создание комфортных условий для отдыха и путешествий, особенно в малых городах и сельской местности;

3) организация мероприятий, фестивалей и акций, направленных на привлечение молодежи к внутреннему туризму.

Таким образом, понимание демографических тенденций и их влияния на туристические предпочтения позволит эффективно развивать этот сектор экономики. Необходимо учитывать интересы и потребности различных возрастных групп, чтобы создать разнообразные и привлекательные туристические продукты. Внутренний туризм имеет все шансы на дальнейший рост и развитие с учётом демографических факторов и потребностей населения.

Значительное влияние на внутренний туризм оказывают современные технологии, которые не только упрощают процесс планирования поездок, но и делают его более доступным и удобным для пользователей [10]. Рассмотрим несколько ключевых аспектов.

С развитием интернета и мобильных технологий туристы могут легко находить информацию о достопримечательностях, отелях и маршрутах. Платформы, такие как Booking.com и Airbnb, позволяют быстро забронировать жилье, а приложения для навигации помогают ориентироваться на местности. Всё это делает туризм более доступным для широкой аудитории.

Социальные сети стали важным инструментом для продвижения туристических направлений. Бренды и регионы активно используют Instagram, Facebook и другие платформы для привлечения внимания к своим предложениям. Визуальный контент, созданный пользователями, способствует формированию

имиджа мест и вдохновляет других на путешествия.

Эти технологии открывают новые горизонты для внутреннего туризма. Например, с помощью VR туристы могут «посетить» места, прежде чем принять решение о поездке. AR может улучшить опыт путешествий, предоставляя дополнительную информацию о достопримечательностях в реальном времени.

Использование большого объёма данных позволяет туристическим компаниям лучше понимать потребности и предпочтения клиентов. Это, в свою очередь, помогает создавать персонализированные предложения и улучшать качество обслуживания.

Молодежь, более активно использует интернет для планирования своих поездок, в то время как пожилые люди часто ищут спокойные и комфортные условия для отдыха. Учитывая эти аспекты, туристические компании могут адаптировать свои предложения, чтобы удовлетворить потребности различных возрастных групп. Кроме того, растущее число семей с детьми и граждан с ограниченными возможностями требует создания более доступной инфраструктуры и услуг. Это открывает новые возможности для бизнеса и способствует развитию внутреннего туризма.

Влияние технологий на внутренний туризм в России невозможно переоценить. Они не только меняют способы планирования и реализации поездок, но и формируют новые тренды и предпочтения у туристов. В условиях демографических изменений и роста интереса к путешествиям технологии становятся существенным инструментом для развития внутреннего туризма. Интеграция новых технологий в туристическую отрасль поможет России занять достойное место на мировом туристическом рынке и привлечь еще больше путешественников.

Трансформационные процессы в системе внутреннего туризма являются многофакторными и влияют на развитие туристической отрасли. Для успешного будущего внутреннего туризма необходимо учитывать современные

тенденции и вызовы, а также применять устойчивые и инновационные решения.

На основании исследовательских данных и аналитических отчетов можно выделить показатели, отражающие трансформационные процессы в системе внутреннего туризма.

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), внутренний туризм во многих странах увеличился на 30–40% по сравнению с уровнями до пандемии 2019 года. Это связано с изменением предпочтений путешественников, которые стали больше уделять внимание местным направлениям.

Кроме того, в 2023 году около 60% туристов в России выбирали поездки по России из-за повышения цен на международный туризм и ограничений на поездки. Это наблюдается и в других странах, где внутренние направления становятся более популярными. Применение цифровых технологий в сфере бронирования в 2023 году по сравнению с 2022 годом увеличилось на 50%, что свидетельствует о росте значения онлайн-сервисов и мобильных приложений для организации путешествий.

Значительное количество туристов (около 70%) отмечают важность устойчивого туризма и экотуризма, что отражает общий тренд на ответственный подход к путешествиям. В условиях глобальной экономической неопределенности внутренний туризм стал более доступным для большего количества людей, что способствовало его восстановлению и росту. Потребители стали ценить опыт, связанный с местными

культурными и гастрономическими аспектами, что также отразилось на росте интереса к культурному туризму.

В рамках мер поддержки внутреннего туризма в 2023 году было выделено около 5 млрд рублей для развития туристической инфраструктуры и маркетинга регионов.

Согласно последним исследованиям, внутренний туризм в России будет расти и в ближайшие годы. Ожидается, что к 2030 году количество туристов, выбирающих путешествия по России, увеличится на 30–40%. Это связано с несколькими факторами, включая изменения в демографии, рост доходов населения и увеличение доступности туристических услуг. Эти данные подчеркивают изменения и адаптацию внутреннего туризма в условиях новых вызовов и меняющихся потребительских предпочтений.

Выводы. Внутренний туризм в России имеет большие перспективы для своего развития. Ожидается, что в будущем это направление будет продолжать развиваться благодаря изменениям в демографии, технологическим инновациям при активном участии государства и частного сектора. Устойчивый подход к развитию внутреннего туризма станет важным фактором, способствующим не только экономическому росту, но и сохранению природных и культурных ресурсов страны. С учётом всего этого внутренний туризм в России может стать не только привлекательным, но и устойчивым сегментом экономики, способствующим развитию регионов и улучшению качества жизни граждан.

1. Кулик А. О. Понятие потребительских предпочтений. Факторы, влияющие на потребителя / А. О. Кулик, Т. А. Дудник // Экономика и социум. – 2016. – № 3 (22). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-potrebitelskih-predpochteniy-factory-vliyayuschie-na-potrebitelya> (дата обращения: 23.06.2025).

2. Луганская Е. В. Основные мотивационные аспекты туристической деятельности / Е. В. Луганская // Вестник КРУ МВД России. – 2011. – № 2 (12). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-motivatsionnye-aspekty-turisticheskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 23.06.2025).

3. Жукова М. А. Управление мотивацией потребителя туристских услуг / М. А. Жукова // Вестник ГУУ. – 2019. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-motivatsiey-potrebitelya-turistskih-uslug> (дата обращения: 24.06.2025).

4. Фролова Е. В. Ожидания и предпочтения российских туристов в рамках культурно-познавательных поездок по городам России / Е. В. Фролова, О. В. Рогащ // Урбанистика. – 2017. –

№ 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ozhidaniya-i-predpochteniya-rossiyskih-turistov-v-ramkah-kulturno-poznavatelnyh-poezdok-po-gorodam-rossii> (дата обращения: 24.06.2025).

5. Гуняев Е. В. Активный туризм и его развитие на территории Российской Федерации / Е. В. Гуняев // Наука-2020. – 2022. – № 2 (56). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnyy-turizm-i-ego-razvitiye-na-territorii-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 24.06.2025).

6. Лысикова О. В. Современные туристы и местные жители: социальные практики взаимодействия / О. В. Лысикова // ЖССА. – 2011. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-turisty-i-mestnye-zhiteli-sotsialnye-praktiki-vzaimodeystviya> (дата обращения: 24.06.2025).

7. Квита Г. Н. Специфика и факторы развития лечебно-оздоровительного туризма / Г. Н. Квита, А. Н. Аршинова, Е. Г. Зотова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 7 (57). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-i-factory-razvitiya-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma> (дата обращения: 24.06.2025).

8. Безрукова Н. Л. Услуги питания в аспекте мотивационной иерархии туриста / Н. Л. Безрукова // Вестник РМАТ. – 2019. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uslugi-pitaniya-v-aspekte-motivatsionnoy-ierarhii-turista> (дата обращения: 24.06.2025).

9. Бюрчиев И. Н. Внутренний туризм в РФ: перераспределение турпотока в нынешних реалиях / И. Н. Бюрчиев, М. О. Машков, Е. А. Качанова // Научные записки молодых исследователей. – 2024. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrenniy-turizm-v-rf-pereraspredelenie-turpotoke-v-nyneshnih-realiyah> (дата обращения: 24.06.2025).

10. Тухватуллина В. Р. Цифровизация в туризме: технологические нововведения и улучшение туристических маршрутов / В. Р. Тухватуллина, Л. А. Урманова // Вестник науки. – 2025. – № 1 (82). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-v-turizme-tehnologicheskie-novovvedeniya-i-uluchshenie-turisticheskikh-marshrutov> (дата обращения: 24.06.2025).

Transformational processes in the system of domestic tourism

The article examines the transformational processes taking place in the system of domestic tourism, their causes and consequences. Special attention is paid to changes in consumer preferences, economic factors and the influence of technology on the development of domestic tourism.

Keywords: domestic tourism, motivation, motivational prerequisites, demography, demographic situation, demographic changes, transformational processes.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА В ОБЩЕКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

УДК 378:004.738.52

И. В. Чепурина

Искусственный интеллект в образовательной среде: юридический и этический аспекты

Статья посвящена юридическим и этическим вызовам, возникающим при интеграции генеративного ИИ в вузовскую образовательную и научную среду. Рассмотрены два административных подхода к использованию искусственного интеллекта в образовательном процессе: полный запрет и разрешение с обязательным декларированием использования ИИ в исследовательской вузовской практике.

Подчеркивается актуальность разработки образовательными организациями нормативно-правовых актов, регламентирующих сферу и степень использования студентами и преподавателями ИИ в учебном процессе, необходимость прозрачного применения технологий с соблюдением авторской этики и понимания участниками образовательных отношений проблемы плагиата в процессе взаимодействия с генеративным искусственным интеллектом. Автор констатирует отсутствие четких инструментов для выявления недобросовестного использования ИИ при подготовке академических текстов, несформированность релевантной практики противодействия данному явлению.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ), генеративный искусственный интеллект, образовательные отношения, академическая среда, академический текст, научный текст, сгенерированный текст, научно-публицистическая деятельность, авторская этика, плагиат.

Введение. Искусственный интеллект (далее также – ИИ) стремительно развивается и охватывает все новые сферы жизни общества. В научный оборот введен специальный термин «сингулярность ИИ» – явление, при котором технология превзойдет когнитивные способности людей и появится новый уровень интеллекта, недостижимый для людей. Относительно момента достижения сингулярности мнения экспертов неоднозначны, но большинство из них считают, что это произойдет в ближайшем будущем [10, с. 32].

Массовое использование ИИ привело к необходимости регулирования его применения в общественно значимых сферах деятельности человека, в том числе и в образовании. В 2024 году на Всемирном экономическом форуме сформулирован ключевой принцип интеграции ИИ в образовательную сферу на различных уровнях: прямая связь между использованием ИИ и достижением образовательных целей. Данный принцип в полной мере применим к деятельности российских вузов гуманитарной направленности. Он предпо-

лагает использование ИИ в целях обогащения образовательного процесса и ориентирован на соотнесение используемых инструментов и образовательных результатов (например, в гуманитарном образовании в качестве образовательного результата могут рассматриваться навыки критического мышления, написания текстов, работы с источниками и литературой и др.). Органичное встраивание ИИ в образовательный процесс может ускорить формирование данных навыков [18].

В нашей стране развитие и применение ИИ в научных исследованиях, образовательных процессах и практических разработках регламентируется указом Президента РФ от 10 октября 2019 года № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» и утвержденной этим указом Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года Указом Президента РФ от 15 февраля 2024 года № 124 «О внесении изменений в Указ Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 года № 490 “О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации” и в Национальную стратегию, утвержденную этим указом» были внесены изменения, уточняющие положения, цели и задачи, которые должны быть достигнуты к 2030 году.

В числе нормативно-правовых документов, регламентирующих процесс цифровизации, – Постановление Правительства Российской Федерации от 16 ноября 2020 года № 1836 «О государственной информационной системе “Современная цифровая образовательная среда”». В нем специально не рассматриваются вопросы использования ИИ в образовании. Вместе с тем для сохранения конкурентоспособности вузы России также вынуждены встраивать ИИ в образовательный процесс.

Следствием массовой тенденцией использования искусственного интеллекта в образовательной среде и в научно-исследовательских процессах стала разработка нового стандарта ГОСТ Р

71657-2024 «Технологии искусственного интеллекта в образовании. Функциональная подсистема создания научных публикаций. Общие положения», вступившего в силу 25 января 2025 года. Новый ГОСТ устанавливает общие положения к реализации функциональной подсистемы на этапах создания научных публикаций в сфере образования и науки, в том числе с привлечением учащихся, а также описывает системы искусственного интеллекта, предназначенные для обеспечения работы.

Этические аспекты разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в Российской Федерации регламентированы «Кодексом этики искусственного интеллекта», принятым 26.10.2021 года. Кодекс подчеркивает приоритет прав человека, ответственность человека за действия ИИ, потребность в безопасности и защищенности данных, а также необходимость разработки безопасных технологий.

Актуальность исследования определяется необходимостью эффективной реализации положений, сформулированных в приведенных документах, потребностью формирования надлежащей практики их применения в образовательном пространстве вуза, существенным влиянием искусственного интеллекта на научно-публикационный дискурс. Проявлением последнего стало массовое использование нейросетей на базе ИИ при написании академического текста, порождающее проблемы этического и юридического характера – недобросовестное применение технологий ИИ в рамках образовательного процесса при отсутствии инструментов, позволяющих с точностью определить данный факт. Так, П. В. Сысоев констатирует: «...в целом в российском студенческом сообществе плагиат – это широко распространенное социальное явление, многие из видов которого воспринимаются молодежью в качестве нормы академического поведения» [15, с. 48]. Вопросы соблюдения авторами этики написания научных работ сегодня находятся в фокусе внимания научной об-

пешественности и становятся предметом обсуждения в академической среде.

Цель исследования – формирование культуры использования средств генеративного искусственного интеллекта в учебной и исследовательской практике вуза, организация деятельности студентов и преподавателей вуза в области легитимного использования средств генеративного искусственного интеллекта в подготовке научных текстов.

Изложение основного материала. Очевидно, что использование ИИ в прямой форме предусмотрено действующим законодательством. Однако система проверки на плагиат в настоящее время недостаточно адаптирована к растущей тенденции применения ИИ в научно-публикационной деятельности. Поэтому использование нейросетей рождает ряд вопросов, в частности о достоверности результатов, полученных с помощью искусственного интеллекта; о ценности научных открытий, основанных на алгоритмах, а не на традиционном человеческом мышлении; о способах оценивания авторского вклада в результат, полученный с использованием генеративного искусственного интеллекта.

Маркером социальной остроты проблемы использования ИИ в научно-образовательной среде стал запрос депутата Государственной Думы Т. Буцкой министру науки России В. Фалькову о мерах регулирования искусственного интеллекта в науке. Т. Буцкая приводит данные, согласно которым доля обучающихся, применяющих ИИ в учебных целях, выросла с 66 процентов в 2024 году до 92 процентов в 2025 году. В своем обращении депутат просит предоставить информацию о планируемых мерах, связанных с регулированием использования искусственного интеллекта в научной деятельности, призывая таким образом к серьезному пересмотру подходов к использованию искусственного интеллекта в образовательном процессе высших учебных заведений.

Проблема активного использования инструментов искусственного интел-

лекта в научно-образовательной среде, его положительные и отрицательные аспекты, этические и методологические вызовы активно обсуждаются в академическом сообществе, о чем свидетельствует рост публикаций по данной теме (подробнее см.: [1–19]). Анализ этих трудов подтверждает тезис М. Н. Черкасовой и А. В. Тактаровой о сложившемся в академическом дискурсе новом виде коммуникативного взаимодействия – ИИ как автор «сгенерированного текста» и человек как получатель текста от ИИ [19, с. 2551]. Следствием такого взаимодействия, как справедливо отмечают авторы, стала проблема различения и разграничения текста: перед нами – оригинальный авторский научный текст ученого или написанный алгоритм чат-бота, похожий на научный текст. При этом «остается открытым вопрос моральной, этической и юридической составляющей таких текстов» [Там же, с. 2552].

Исследователи выделяют признаки и индикаторы сгенерированного текста: упрощенный стиль; ИИ-галлюцинации; немая конкретность (содержательная пустота при чрезвычайной конкретности); значительный объем при «пустой массивности текста»; обезличенный текст вследствие отсутствия эмоциональности; неоправданные избыточные списки; четкое следование орфографическим и пунктуационным правилам [19, с. 2551]. Сформулированы достоинства (подробно см.: [1; 5; 6; 12; 19]) и недостатки (подробно см.: [1; 12; 19; 22]) сгенерированных текстов. Однако, несмотря на относительно полный перечень недостатков, имеющих логическое и формально языковое выражение (лексическое, фразеологическое, синтаксическое), система «Антиплагиат» начала лишь маркировать подозрительные тексты (то есть тексты, по версии программы, написанные при помощи искусственного интеллекта) как «сгенерированные». Настоящая функция носит рекомендательный характер, решающее слово в процессе этой идентификации пока остается за проверяющим – за че-

ловеком. Ученые убеждены, что, несмотря на широкое внедрение искусственного интеллекта в образовательную деятельность, и в частности в учебную и исследовательскую вузовскую практику, участие квалифицированного редактора научной литературы остается необходимым условием соблюдения публикационной этики, обеспечения научной достоверности, логической структуры и языковой точности текстов [8, с. 1239]. При этом, отмечают исследователи М. Н. Черкасова и А. В. Тактарова, проблемы этического и юридического характера последовательного решения как в России, так и за рубежом пока не нашли [19, с. 2552].

Нормативные аспекты применения ИИ в высшем образовании обсуждаются в экспертном сообществе, становятся предметом исследования в научном поле. В частности, проблема обстоятельно анализируется учеными В. В. Ивановым, А. Ю. Нестеровым, И. П. Янченко [4], которые призывают к выработке позиции академического сообщества по вопросу применения ИИ в системе высшего образования и приводят основные модели реагирования со стороны администрации образовательных организаций, а именно 1) запрет и 2) допущение использования генеративного ИИ в академических текстах. Рассмотрим подробнее эти позиции.

1. Запрет использования ИИ в академических текстах и наказание виновных за нарушение. Данная установка коррелирует с известным высказыванием председателя Совета при президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека (СПЧ) В. Фадеева о запрете использования искусственного интеллекта при написании студентами курсовых работ. Приведенное экспертное мнение находит поддержку в научном сообществе. В частности, представляется убедительной аргументация категорической недопустимости использования генеративного ИИ при подготовке квалификационных и научных работ доктора философских наук А. Ю. Нестерова и кандидата юриди-

ческих наук В. В. Иванова: несамостоятельный текст квалификационной работы – проблема, подрывающая фундамент института образования. Функция образования – трансформирование человека таким образом, чтобы он был в состоянии познавать и действовать на новом, недоступном без образования уровне сложности, соответствующем актуальному техническому, научному и культурному уровню нашего общества. Имитация образовательных процессов – исполнение образовательных функций без фактической трансформации субъекта – влечет кризис субъектности, угрожающий безопасности и национальным интересам РФ [4, с. 29–30].

Часть вузов, следуя запретной риторике, отказалось от использования генеративного ИИ в выпускных работах студентов, приравнивая его использование к некорректному заимствованию. Например, Российский государственный гуманитарный университет формулирует следующие требования к выпускной квалификационной работе: «Выпускная квалификационная работа должна быть выполнена обучающимся самостоятельно с соблюдением принципа академической честности, который означает соблюдение автором прав и законных интересов других авторов, отсутствие: использования и (или) присваивания текста, идей, гипотез, выводов, методов, результатов исследований, графиков, кодов, картинок или работ других авторов без ссылки на автора и источник заимствования, а также использование текста других авторов с синонимической заменой слов и выражений без изменения смысла, включая использование текста, переведенного с другого языка (плагиат), искусственно сгенерированного текста...» [20, с. 6].

2. Допущение использования генеративного ИИ в академических текстах с обязательным указанием в работе того, что текст создан с применением генеративных технологий. Этот подход сегодня преобладает в российском социуме, о чем свидетельствует позиция значительного числа членов экспертного и научно-

го сообщества. Так, в ответ на заявление В. Фадеева профессор базовой кафедры торговой политики РЭУ им. Г. В. Плеханова И. Стукалова дала следующий комментарий: предложение В. Фадеева о необходимости запрета ИИ при написании студентами работ в целом обосновано. Однако это решение, не обязательно должно носить законодательный характер, так как этот вопрос возможно решить с помощью норм локальных нормативных актов университетов, в которых отражена специфика подготовки обучающихся по различным направлениям подготовки [21]. Такой же точки зрения придерживается ведущий научный сотрудник ЦЭНО ИПЭИ Президентской академии А. Тищенко: «Вводить жесткие запреты на использование ИИ в обучении не стоит. Целесообразно ввести обязательное декларирование использования ИИ с указанием, в какой части материала и как он применялся. Вузы и преподаватели могли бы самостоятельно определять порядок и степень использования ИИ в работах» [21]. Директор по цифровизации образования МФТИ Д. Гриц уверена в том, что «идеальная модель – когда студенты и преподаватели используют ИИ прозрачно и по единым, понятным правилам. <...> При этом для гуманитарных дисциплин тоже можно найти формы практической и проектной деятельности, ведь ИИ не заменит живое взаимодействие. ИИ – отличный помощник <...>. Но он не заменит человеческую рефлексию, совместную работу и подлинные открытия. Именно это – основа образования будущего» [21].

Данный подход отражается и в научных публикациях, констатирующих, однако, очевидный факт: в российском студенческом сообществе использование ИИ без указания авторства или источника, – широко распространенное социальное явление, многие из видов которого воспринимаются молодежью как норма академического поведения. В русле решения проблемы П. В. Сысоев полагает, что «одну из ключевых ролей в предупреждении ИИ-плагиата среди студентов играет наличие в об-

разовательной организации локальной нормативно-правовой базы, определяющей сферу использования ИИ в обучении. Такие нормативные акты должны освещать и раскрывать максимальный перечень дискуссионных вопросов и определять политику образовательной организации в сфере использования ИИ в образовании» [15, с. 40].

Одним из первых разрешил использовать искусственный интеллект «в качестве инструмента для анализа контекста, подбора идей и материала для выполнения ВКР и других учебных заданий» и регламентировал это локальным нормативным актом Московский городской педагогический университет (Приказ ГАОУ ВО МГПУ от 04.09.2023). Ключевым выдвигается требование для студентов указывать в тексте работы, в списке литературы или в сносках, что они использовали средства ИИ для генерации определенной информации, которая должна быть подтверждена и дополнена другими, более надежными источниками.

Допускает применение «алгоритмов автоматической генерации контента» Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – при условии обязательного указания целей и способов использования генеративного ИИ, а также степени влияния на оригинальность работы (Приложение к Приказу НИУ ВШЭ от 02.08.2024). Ученый совет Тюменского государственного университета единогласно проголосовал за изменения в Положении о государственной итоговой аттестации: «При написании текстов ВКР допускается использование инструментов генеративного искусственного интеллекта», требуя заявлять об использовании ИИ открыто во введении работ с описанием использованной языковой модели и задач, которые решались с его помощью. Обязательными становятся и правильно оформленные ссылки на такие материалы, а также грамотная фиксация источников в библиографических списках [7]. Настоящий подход принят в целом ряде и других российских вузов.

В русле этих тенденций Крымский университет культуры, искусств и туризма сформулировал и регламентировал свою позицию. Так, утвержден локальный акт КУКИиТ – Положение о порядке применения технологий искусственного интеллекта в учебном процессе и при проведении научных исследований в ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма». Документ определяет общие условия применения средств генеративного искусственного интеллекта в Университете в процессе освоения образовательных программ высшего образования, для подготовки и написания всех видов научно-исследовательских и учебно-методических работ научно-педагогическими работниками и обучающимися по всем формам обучения. Сформулированы принципы использования средств генеративного искусственного интеллекта в учебном процессе и в научной работе.

Все более злободневным становится вопрос имплементации генеративного искусственного интеллекта в академическую письменную продукцию студентов и преподавателей, а именно разработка практического руководства по применению инструментов ИИ на разных этапах написания академического текста. Регламент практического использования средств ИИ предусматривает, что и обучающийся, и преподаватель во введении к своему академическому тексту обязаны указать, в каких разделах работы и в связи с чем были использованы технологии ИИ, текст должен быть снабжен сносками с указанием, что материал подготовлен с использованием искусственного интеллекта. Выработка регламента практического использования средств ИИ в подготовке академических текстов позволит превратить интеграцию искусственного интеллекта в учебную и исследовательскую вузовскую практику в аргумент для развития критического мышления студентов и преподавателей.

Сегодня этому посвящено обширное медийное и научное поле источников. Из наиболее актуальных и значимых –

труды преподавателей факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова; методические рекомендации по внедрению ИИ в вузовское образование, разработанные в Томском государственном университете; исследования Тамбовской школы методики обучения иностранному языку (см. [15]).

Отдельного внимания заслуживает регламент, разработанный преподавателями-филологами Московского лингвистического городского университета для написания выпускных квалификационных работ бакалавров и магистров, обучающихся по направлениям «Лингвистика» и «Педагогическое образование» [17]. Предлагаемые авторами методологические решения – первый шаг в осмыслении и структуризации деятельности студентов по практическому использованию средств генеративного искусственного интеллекта в подготовке выпускных квалификационных работ в области лингвистики и лингводидактики.

Кроме того, интерес представляют новые вузовские практики, рассматривающие возможность смещения акцентов при проверке оригинальности текстов студенческих работ. В частности, в РЭУ им. Г. В. Плеханова отмечается «уход от традиционного подхода, когда нормативно устанавливается минимальный процент оригинального текста, и переход к установлению минимального процента так называемых «чистых» цитирований, которые отражают навыки обучающегося работать с оригинальными текстами и вести исследовательскую работу» [21]. Такие практики, на наш взгляд, помогут противостоять засорению научного поля бессодержательными статьями с высоким процентом уникальности, что вызывает все большую обеспокоенность академического сообщества.

Выводы. В условиях недостаточной разработанности на государственном уровне ответственность в области регулирования новых технологий в образовании смещается на уровень вузов.

Большинство из них идет по пути разрешения и регулирования использования ИИ в образовательном процессе, а не полного запрета. В сфере разрешительной политики сформировались два этапа: 1) принятие локальных актов самими образовательными организациями; 2) разработка нормативного механизма, регламентирующего основания, условия, порядок использования генеративного ИИ при подготовке научных и учебных работ. Собственный регламент образовательной организации – необходимость в условиях распространения среди участников образовательных отношений ИИ-плагиата – несанкционированного заимствования материалов генеративного ИИ.

Данная ситуация обосновывает актуальность разработки методологических рекомендаций по имплементированию ИИ в образовательный процесс как необходимого шага в понимании и организации деятельности студентов и преподавателей по практическому использованию средств генеративного искусственного интеллекта в подготовке академических текстов.

Перспективным представляется внедрение новых вузовских практик, смещающих акценты при проверке оригинальности текстов студенческих работ в направлении выявления навыков обучающегося работать с оригинальными текстами и самостоятельно вести исследовательскую работу.

-
1. Безуглый Т. А. Использование текстовых нейросетей и искусственного интеллекта в учебных работах студентов / Т. А. Безуглый, М. Е. Ершова // Проблемы современного образования. – 2023. – № 5. – С. 206–216.
 2. Гаркуша Н. С. Педагогические возможности ChatGPT для развития когнитивной активности студентов / Н. С. Гаркуша, Ю. С. Городова // Профессиональное образование и рынок труда. – 2023. – Т. 11. – № 1. – С. 6–23.
 3. Глава СПЧ призвал запретить писать курсовые с помощью нейросетей // РИА Новости: Официальная страница сайта Ria.ru. – URL: <https://ria.ru/20250521/studenty-2018151447.html>. – Дата публикации: 21.05.2025.
 4. Иванов В. В. Этические и правовые аспекты применения технологий генеративного искусственного интеллекта при подготовке квалификационных и научных работ / В. В. Иванов, А. Ю. Нестеров, И. П. Янченко // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2024. – Т. 30. – № 4. – С. 23–32.
 5. Иванова Л. А. Искусственный интеллект при написании научных статей – положительный или вредоносный фактор? / Л. А. Иванова // Международный информационно-аналитический журнал «Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык». – 2024. – № 4 (43). – 2024. – URL: <http://ce.if-mstuca.ru> (дата обращения: 30.08.2025).
 6. Ивахненко Е. Н. ChatGPT в высшем образовании и науке: угрозы или ценный ресурс? / Е. Н. Ивахненко, В. С. Никольский // Высшее образование в России. – 2023. – Т. 32. – № 4. – С. 9–22.
 7. Использование искусственного интеллекта узаконили в ТюмГУ. – Текст: электронный // Тюменский государственный университет: [сайт]. – 28 мая 2024. – URL: <https://www.utmn.ru/news/stories/important/1224834/> (дата обращения: 25.08.2025).
 8. Кудрявина И. М. Академический дискурс на стыке эпох: редактирование между традицией и искусственным интеллектом / И. М. Кудрявина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Т. 18. – Вып. 4. – С. 1239–1246.
 9. Нестеров А. Ю. Проблемы управления знаниями в университете четвертого поколения / А. Ю. Нестеров // Балтийский гуманитарный журнал. – 2021. – Т. 10. – № 1 (34). – С. 189–192.
 10. Прохоров С. П. Сингулярность и искусственный интеллект / С. П. Прохоров // Социология науки и технологий. – 2024. – Т. 15. – № 4. – С. 23–38.
 11. Резаев А. В. ChatGPT и искусственный интеллект в университетах: какое будущее нам ожидать? / А. В. Резаев, Н. Д. Трегубова // Высшее образование в России. – 2023. – Т. 32. – № 6. – С. 19–37.
 12. Сгенерированные тексты в ВКР: запретить нельзя разрешить / Вебинары компании «Антиплагиат». – URL: <https://antiplagiat.ru/webinar/2024-09-25/> (дата обращения: 25.09.2024).
 13. Соколов Н. В. Проблемы и риски применения современных технологий искусственного интеллекта в образовании РФ / Н. В. Соколов // Актуальные проблемы педагогики и психологии. – 2022. – Т. 3. – № 5.11. – С. 10–14.
 14. Сысов П. В. Искусственный интеллект в образовании: осведомленность, готовность и практика применения преподавателями высшей школы технологий искусственного интеллекта

та в профессиональной деятельности / П. В. Сысоев // Высшее образование в России. – 2023. – Т. 32. – № 10. – С. 9–33.

15. Сысоев П. В. Этика и ИИ-плагиат в академической среде: понимание студентами вопросов соблюдения авторской этики и проблемы плагиата в процессе взаимодействия с генеративным искусственным интеллектом / П. В. Сысоев // Высшее образование в России. – 2024. – Т. 33. – № 2. – С. 31–53.

16. Сысоев П. В. ChatGPT в исследовательской работе студентов: запрещать или обучать? / П. В. Сысоев, Е. М. Филатов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2023. – Т. 28. – № 2. – С. 276–301.

17. Тивьяева И. В. Регламентирование использования средств генеративного искусственного интеллекта в выпускной квалификационной работе / И. В. Тивьяева, С. В. Михайлова, А. А. Казанцева // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2024. – № 2 (54). – С. 202–218.

18. Трапезников В. Нейросети и генеративный ИИ в высшем образовании: международный опыт и российская практика / В. Трапезников, Е. Зиновьева // РСМД: Российский совет по международным делам: [сайт]. – URL: https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/neuroseti-generativnyy-ii-v-vysshem-obrazovanii-mezhdunarodnyy-opyt-i-rossiyskaya-praktika/?sphrase_id=151300945. – Дата публикации: 23 июля 2024.

19. Черкасова М. Н. Искусственно сгенерированный академический текст (лингвопрагматический аспект) / М. Н. Черкасова, А. В. Тактарова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2024. – Т. 17. – Вып. 7. – С. 2552–2557.

20. «ФГБОУ ВО «РГГУ». Положение о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры: утв. Приказом ректора ФГБОУ ВО «РГГУ» от 09.06.2023, протокол № 43. – Москва, 2023. – 30 с.

21. Эксперты считают, что не стоит запрещать использовать ИИ при написании курсовых. – Текст: электронный // ТАСС: информ. агентство России: [сайт]. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/24100695>. – Дата публикации: 31 мая 2025.

22. Comparing scientific abstracts generated by ChatGPT to original abstracts using an artificial intelligence output detector, plagiarism detector, and blinded human reviewers / C. A. Gao, F. M. Howard, N. S. Markov, E. C. Dyer, S. Ramesh, Y. Luo, A. T. Pearson // npj Digital Medicine. – 2023. – Vol. 6. – URL: <https://doi.org/10.1038/s41746-023-00819-6>.

Artificial intelligence in the educational environment: legal and ethical aspects

The article is devoted to the legal and ethical challenges that arise when integrating generative AI into the university educational and scientific environment. Two administrative approaches to the use of artificial intelligence in the educational process are considered: a complete ban and permission with mandatory declaration of the use of AI in university research practice.

The relevance of the development of regulatory legal acts by educational organizations in order to define the scope and degree of AI use by students and teachers in the educational process is emphasized, as well as the need for transparent use of technologies in compliance with the author's ethics and the understanding of the problem of plagiarism by participants in educational relations in the process of interaction with generative artificial intelligence. The author notes the lack of clear tools to identify the unfair use of AI in the preparation of academic texts, and the lack of relevant practice to counter this phenomenon.

Keywords: artificial intelligence (AI), generative artificial intelligence, educational relations, academic environment, academic text, scientific text, generated text, scientific and journalistic activities, author's ethics, plagiarism.

УДК: 008+004.738.52

Е. Л. Балкинд

Нехудожественный образ: феномен «искусства» за пределами искусства

Объектом данного исследования является образ в художественном творчестве; предметом – нехудожественный образ в контексте современного изобразительного искусства. Задача исследования – наглядно продемонстрировать способность нехудожественного образа подменять собой художественное начало благодаря своему функционалу. В работе использованы семиотический и аналитический подходы. Рассмотрен ряд примеров из мировой художественной культуры, иллюстрирующих основные положения статьи.

Ключевые слова: абстракционизм, гиперреализм, нехудожественный образ, оп-арт, поп-арт, сюрреализм, художественный образ, художественная условность.

Введение. Современное изобразительно искусство представляет для понимания определенную сложность¹. Существенную роль в этом сыграло повышение меры его условности, которое было спровоцировано появлением фотографии. Поясним: фотография (даже в том случае, когда она не является искусством) составила функциональную конкуренцию художественному изображению. Речь идет о регистрирующей функции. Теперь ни портрет, ни бытовой жанр уже не претендуют на «документ эпохи». Портретное сходство, точное следование реальности в бытовом или историческом жанре (когда по картинам можно было реконструировать соответствующий контекст или же само событие) перестали быть задачей искусства. Художники модернисты и постмодернисты сосредоточились не на мимесисе, а на поэтической составля-

шей искусства (пойесисе), результатом чего стало повышение меры художественной условности их произведений. Напомним, что искусство еще Аристотелем рассматривалось как триединство фундаментальных понятий: *техне*, *мимесис* и *пойесис*, где *техне* отвечало за материальное воплощение, мастерство; *мимесис* – за подобие/отражение; *пойесис* – за творческое переосмысление реальности [3]. Художественная условность же – это дистанция между объективной реальностью и субъективной художественной реальностью произведения. Повышение ее меры приводит к трансформации объектов реальности, формализации и полному абстрагированию. При этом повышение меры условности ни в коей мере не умаляет художественной ценности художественного текста². Его эстетика страдает не от на-

¹ Под современным искусством в данном случае мы понимаем искусство, сложившееся после модерна.

² Согласно семиотическому подходу, художественное произведение независимо от своей видовой принадлежности является текстом.

рушения реалистичности изображения, а в результате игнорирования законов гармонии – красоты.

Казалось бы, в условиях где акцент на подражание реальности (мимесис) сместился на ее (реальности) поэтизацию, эстетическое начало, оказавшись на первых ролях, должно было вывести/поднять искусство на новый уровень.

Изложение основного материала.

Произведение искусства – это результат соединения нескольких образов. При этом то общее чувство, идея (содержательная и формальная), которые транслируются автором и интерпретируются зрителем, есть общий образ художественного текста. Поэтому зачастую между произведением искусства и художественным образом стоит знак равенства. Используем в качестве примера хорошо известное всем произведение И. Е. Репина «Бурлаки на Волге» (1870–1873, Государственный Русский музей, Санкт-Петербург). Общий образ картины складывается из многих служебных образов, а именно типизированных, но при этом наделенных яркими индивидуальностями бурлаков, скупого пейзажа, сдержанного цветового решения, иными словами, всей композиции в целом. Поэтому мы считаем уместным в дальнейшем использовать понятие «художественный образ» как смысловой эквивалент художественного текста.

Образ в быденном дискурсе – это отражение. Художественный образ – это отражение особенное, эстетически поданное отражение, где главным является не точность воспроизведения отображаемого объекта, а точность иная – точность, которой оборачивается гармония. Гармония – это согласование в единое целое зачастую несовместимых элементов, а также противоположность хаосу. И точность вполне подходит под это определение. Напомним, искусство имеет образную природу, а «образ – это истина объекта» [5]. Истина же, как известно, – конкретна. Иными словами, она точна, а образ в искусстве, следовательно, в первую очередь гармонически точен. С другой стороны, художественный текст отличается от нехудожественного именно

ее, точности, отсутствие. Но это не одна и та же точность. В первом случае речь идет об истинности, художественной правде, выраженной в формальном совершенстве, когда «в творении творится совершение истины» [8, с. 137], где все на месте, все точно, все гармонично; во втором – о максимальном приближении к объективной реальности.

По сути, воспринятая (то есть интерпретированная) реальность уже является образом реальности. «Всякое сознание <...> в принципе должно рассматриваться как образ, презентация окружающей действительности. Поэтому способ отражения определяет внутреннюю собственную специфику каждой из форм сознания» [2, с. 97]. *Нехудожественный образ* понимается как отражение реальности, которое претендует на объективность и точность, в отличие от художественного образа, субъективного и эстетически точно преобразованного. Но определять принадлежность произведения к сфере искусства только через его субъективность и условность (чувства и эмоции, которые вызывает условный субъективный образ и проникают именно через зазор между отраженной реальностью и ее отражением) – неверно. Принадлежность к искусству обеспечивает именно эстетическая составляющая, а не эмоциональная. Только эстетическое переживание является маркером принадлежности его объекта к сфере искусства, но, разумеется, лишь тогда, когда сам объект является культурным, поскольку природа также вызывает у нас эстетическое чувство.

Вернемся к современному искусству. Важным критерием ценности всякого художественного произведения является именно наличие образности, когда авторская интерпретация действительности оказывает определенное воздействие на зрителя, вызывая у него эмоции, пробуждая интуицию, поскольку «“нестандартные” сопоставления в основном интуитивны» [2, с. 155]. И действительно, коммуникация автора со зрителем является функционально существенной чертой художественного творчества. Феномен современного

(и не только современного) искусства заключен в следующем: эстетическая ценность образов не всегда служит его существенным определяющим признаком: здесь принадлежность к искусству может основываться на их (образов) способности просто воздействовать на реципиента эмоционально или физически.

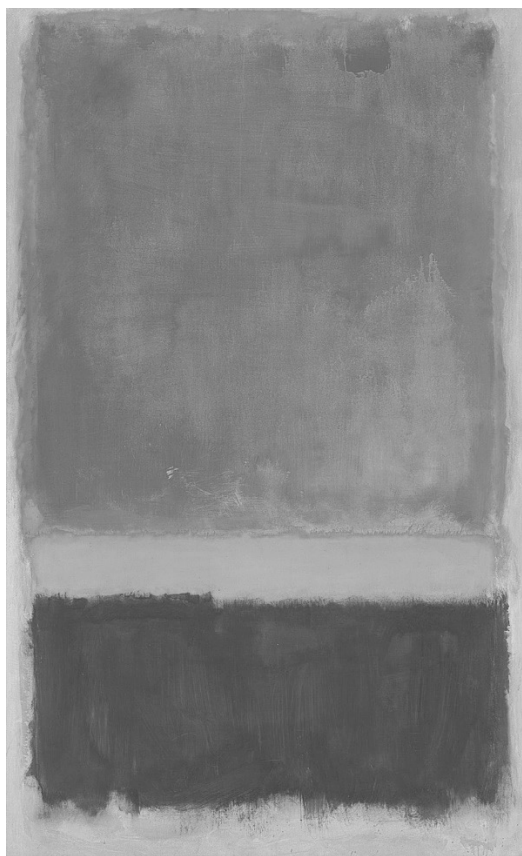


Рисунок 1 – М. Ротко. Без названия, 1952

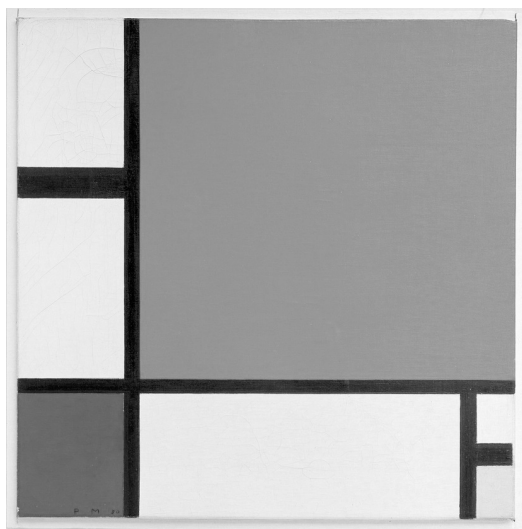


Рисунок 2 – П. Мондриан. Композицию с красным, синим и жёлтым, 1930

Но важно следующее: «Живопись должна умерять выразительность, чтобы она не шла в ущерб красоте» [9, с. 329]. Данное высказывание Ф. Шеллинга вполне применимо вообще к искусству. Выразительность, взятая сама по себе, скорее инструмент манипуляции, или раздражитель, как пряник или кнут, нежели эстетический критерий.

Отметим следующее: в искусстве важна не сама концепция, а ее воплощение. Показательным примером может служить творчество М. Ротко и П. Мондриана. Оба этих автора работали в русле абстракционизма. Марк Ротко создавал полотна в рамках направления живописи цветового поля, придавая особое значение цвету и его распространению/ограничению, иными словами – цветовому пятну. В произведениях автора интенсивность цвета, фактура, взаимодействие пятен при помощи касаний, их пластика и масштаб не просто характеристики абстрактных фигур – это маркеры гармонии (рисунок 1).

Картины М. Ротко точны и неповторимы: «Белый центр (желтое, розовое и лиловое на розовом)» (1950), «Без названия» (1952, частное собрание), «№ 1 (Королевский красный и голубой)» (1954, частное собрание).

Произведения Пита Мондриана – это основная цветовая триада (красный, синий, желтый), взятая в своих крайних проявлениях, когда отсутствует магия взаимодействия цветов и касаний, где есть только одна магия – доступная возможность воспроизведения подобного искусства. Рассмотрим в качестве примера «Композицию с красным, синим и жёлтым» (1930, Кунстхаус, Цюрих) (рисунок 2). Здесь, на наш взгляд, допустимо сравнение с разномасштабной кафельной плиткой, которую исполнитель с минимальным чувством равновесия также способен распределить на плоскости. Отметим, что едва ли произведения Мондриана вообще способны эмоционально воздействовать на реципиента – эмоция тут уместна только в случае, когда зритель узнает о причислении данного контента к сфере искусства. И эта эмоция – удивление.

Тем самым мы не собираемся подвергать критике какие бы то ни было творческие течения и концепции. В их русле реализуются как художественные произведения, так и явные имитации, получившие тем не менее прописку в истории искусства и соответствующую оценку. Данный феномен выходит за рамки нашего исследования и заслуживает отдельного пристального внимания. Далее мы ограничимся рассмотрением лишь нескольких направлений в современном изобразительном искусстве в контексте художественного и нехудожественного образа.

Гиперреализм (реализм реализма) – современный супер симулякр, основанный на технологии фотографии. Он возник в 60-годы прошлого века как реакция на технические возможности использования фото контента. Художественная техника здесь подменяется механикой, технологией, когда фотография попросту копируется. Тем самым «перед нами некая симуляция фотографии, некий трюк, оптический обман, другими словами, фокус или аттракцион» [7]. Эстетика тут зачастую заключена в самом прототипе, то есть фотоснимке. Воздействие такого образа тем не менее очевидно: «подавляющее большинство современных арт-практик сейчас стремится удивлять: технологиями, размерами, необычными художественными материалами, социальными нарушениями, неважно чем, лишь бы привлечь внимание зрителя» [7]. То есть вовлечь его в коммуникацию.

Поп-арт – возник в 50–60-е годы прошлого века главным образом в США и Великобритании. Его суть – «открытое прославление западного потребительства после аскетизма военных лет. Творчество художников вызывает в памяти хрупкий цветной мир рекламы, комиксов и популярных развлечений» [6, с. 54]. Всем хорошо известны растражированные изображения Мерилин Монро в технике шелкографии или банки с супом Кембелл Энди Уорхола. Сам Уорхол, по его словам, не вкладывал в свои работы какого-либо смысла. К основным приемам поп-арта можно отне-

сти изменение масштаба предмета массовой культуры, помещение его в иной контекст, тиражирование, использование языка комиксов и карикатуры. Характерно, что Рой Лихтенштейн, один из представителей поп-арта, говорил: «...одно из воздействий, оказываемых карикатурой, заключается в выражении сильных эмоций приемами совершенно механического и отстраненного стиля» [6, с. 38]. Мы не ставим под сомнение эмоциональное воздействие поп-арта именно благодаря его коммуникативным возможностям. Вызывает сомнение эстетическая ценность части данного контента.

Отдельного внимания заслуживает оп-арт, где авторы намеренно занимаются созданием оптических иллюзий, которые близки по смыслу обману, фокусу или трюку. Образы оп-арта могут создавать у зрителя иллюзию движения, пульсации (Б. Райли «Падение», «Движение в квадратах», «Кривая диагональ») (рисунок 3) или же вызывать убедительную иллюзию сложного объемного пространства, которое выстраивается не предметами, а искривленными линиями, геометрическими фигурами, а также за счет цветовых эффектов. Таковы, например, произведения В. Вазарели, где сложность и эмоциональность цветовой гаммы несут выраженную эстетическую нагрузку. Художественная ценность графических головоломок Маурица Эшера также не вызывает сомнений [4].

Итак, свойственное для оп-арта стремление обмануть и запутать зрителя содержит элемент игры, поскольку акцент тут переносится на сам процесс восприятия, где зритель стремится одновременно и быть обманутым и не податься обману [4]. При этом достигался необычный для искусства результат, вызывающий физический, а не эмоциональный отклик [6, с. 19].

Сюрреализм сформировался в 20-е годы прошлого века, но популярен до сих пор. Он особенным способом актуализировал воздействие на зрителя, апеллируя к его подсознанию, погружая его в пограничную реальность между сном и явью.

Мы снова прибегнем к сравнению творчества двух авторов, а именно Сальвадора Дали и Рене Магритта. Такие произведения С. Дали, как «Сон, навеянный полетом пчелы вокруг граната» (1944, Музей Тиссена-Борнемисы, Мадрид), «Тристан и Изольда» (1944, частное собрание) (рисунок 4) – эстетически скучные работы, но потенциально способные «поймать» зрителя в сети своей реальности. Теперь возьмем в качестве примера картину Рене Магритта «Человек в котелке» (1964, частное собрание) (рисунок 5). В ней удивительным образом пластически сочетаются несочетаемые вещи: голова человека и пролетающая перед его лицом птица. В волнение зрителя приводит не только сам сюжет, но и то художественное мастерство, с которым он обыгран. Отметим, что существует немало примеров современного сюрреалистического искусства, эстетически наполненных,

противостоящих спекуляциям Дали (чьи картины построены на очевидном воздействии вымысла). Помимо смыслового воздействия нарратива (на котором держится сюрреализм), их отличает цветовая гармония, острое формальное (композиционное) решение. Показательными примерами могут служить: Хайдар Экинекк, «Цветные сны», 2022; Трейси Моффат, «Заклинания», 2000; Мариус Ван Доккум, «Груши», 2007 и др. Функционал сюрреализма основан на компенсаторной и коммуникативной функциях искусства – благодаря глубокому воздействию (контакту) произведения сюрреалистов способны увести реципиента в иную реальность, отвлекая от повседневности.

В заключение остановимся на феномене популярности произведения Эдварда Мунка «Крик» (1893). Известность картины принято объяснять ее особым эмоциональным воздействием. Характерно, что данное произведение стало впоследствии объектом поп-арта: Э. Уорхол растражировал копию «Крика» в разных цветовых решениях – этот образ до сих пор активно используется в массовой культуре. Подчеркнем, что произведение Мунка «Глаза в глаза» (1894, Музей Мунка, Осло) не менее эмоционально, но при этом в нем в полной мере реализованы эстетические принципы: цветовая гармония, формальная пластика цветовых пятен и их выразительные ритмы. Но популярность досталась не ему.

Итак, вышеизложенное артикулирует способность нехудожественного образа подменять собой художественное начало благодаря своему функционалу; при этом на первых ролях оказывается отнюдь не эстетическая, а игровая, компенсаторная или коммуникатив-

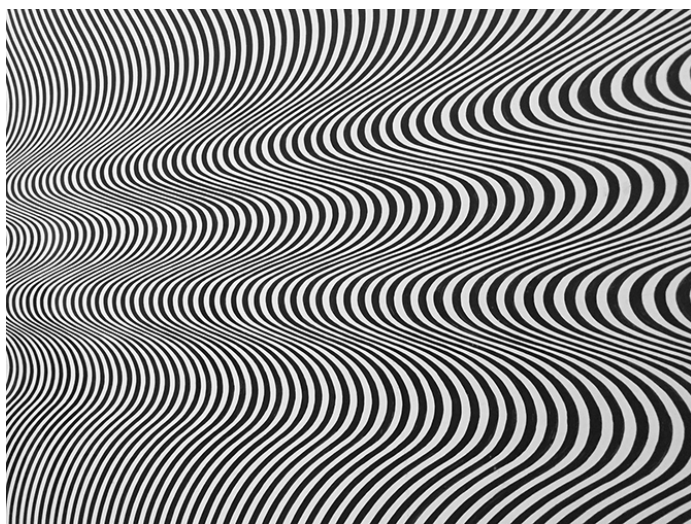


Рисунок 3 – Б. Райли. Кривая диагональ



Рисунок 4 – С. Дали. Тристан и Изольда, 1944

ная функции искусства, что приводит к размытию границ последнего.

Выводы. Вся культура является насквозь искусственной, сотворенной человеком и образной, то есть представляет собой рефлексию естественного (природы). Очевидно, что далеко не все образное и рукотворное при этом принадлежит сфере искусства. Более того, само искусство может включать в себя артефакты, чья эстетическая ценность не очевидна. Мы ни в коей мере не стремимся критиковать или отрицать силу образного эмоционального воздействия подобных произведений. Но на наш взгляд, было бы уместно выделить для них отдельную нишу за пределами искусства, условно обозначив ее как «образное нехудожественное творчество», уточнив, однако, границы данного феномена.

В заключение процитируем Т. Адорно: «Искусство <...> ищет убежище в отрицании самого себя, оно хочет выжить с помощью собственной смерти» [4, с. 481]. Развивая эту мысль, можно

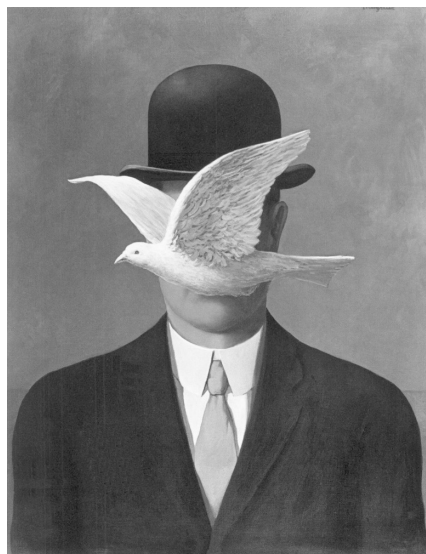


Рисунок 5 – Р. Магритт.
Человек в котелке, 1964

предположить, что скорее не отрицание некоторой части искусства, а ее обособление, вынесение за его рамки, способно оказать целительный эффект, возвратив искусству его истинный смысл, а именно – служение красоте.

-
1. Адорно Т. В. Эстетическая теория / Т. В. Адорно. – Москва: Республика, 2001. – 527 с.
 2. Андреев А. Л. Художественный образ и гносеологическая специфика искусства: методологические аспекты проблемы / А. Л. Андреев. – Москва: Наука, 1981. – 191 с.
 3. Аристотель. Сочинения. В 4 т. Т. 4: Поэтика / Аристотель. – Москва: Мысль, 1983. – 830 с.
 4. Балкин Е. Л. Функции иллюзорности: между условностью и мимесисом / Е. Л. Балкин // KANT: Social science & Humanities. – 2025. – № 2 (22). – С. 62–68.
 5. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – Москва: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
 6. Бохм-Дюшен М. Современное искусство / М. Бохм-Дюшен, Д. Кук. – Москва: Премьера, Астрель, АСТ, 2001. – 64 с.
 7. Строева О. В. Аттракцион гиперреализма как порождение медиакультуры / О. В. Строева // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2016. – № 2. – С. 96–103.
 8. Хайдеггер М. Исток художественного творения / М. Хайдеггер. – Москва: Академический проект, 2008. – 528 с.
 9. Шеллинг Ф. В. Й. Философия искусства / Ф. В. Й. Шеллинг. – Москва: Мысль, 1966. – 496 с.

Non-artistic image: the phenomenon of “art” beyond art

The object of this research is an image in artistic creation; the subject is a non-artistic image in the context of modern visual art. The objective of the study is to clearly demonstrate the ability of a non-artistic image to replace an artistic principle due to its functionality. The work uses semiotic and analytical approaches. A number of examples from the world art culture are considered to illustrate the main provisions of the article.

Keywords: abstractionism, hyperrealism, non-artistic image, op art, pop art, surrealism, artistic image, artistic convention.

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 008:94<1941/1945>

С. А. Хубулова, Э. В. Хубулова

Военные будни населения г. Владикавказа (1941–1945)

Статья посвящена одному из малоизученных вопросов, связанных с досугом городского населения г. Владикавказа (Орджоникидзе). Установлено, что, несмотря на военное время, жители продолжали посещать культурные мероприятия, заниматься спортом и т. д. Основным источником для раскрытия повседневных досуговых практик послужили номера республиканской газеты «Социалистическая Осетия», которая каждый день публиковала материалы по наиболее ярким и интересным культурным событиям и мероприятиям.

Ключевые слова: война, культура, досуг, театральная жизнь, гастролы, концертные бригады.

Введение. История Великой Отечественной войны в условиях информационного противостояния остается одной из актуальных проблем не только исторической науки, но и политики. Многие аспекты этой большой темы постоянно дополняются, позволяя воссоздать объективную и целостную картину событий, происходивших более 80 лет назад.

В последние десятилетия предметом внимания исследователей стала повседневная жизнь населения в годы Великой Отечественной войны [6; 7; 8; 10]. Анализу подвергаются разные вопросы повседневности. Однако региональный аспект этой разноплановой темы только начал разрабатываться.

В данной статье мы остановимся на некоторых проблемах повседневной жизни населения г. Владикавказа (Орджоникидзе) в годы Великой Отечественной войны. В качестве главного источника использованы подшивки газеты «Социалистическая Осетия», а также материалы, извлеченные из Государственного архива новейшей исто-

рии РСО-Алания (ГАНИ РСО-А). Понятно, что, являясь печатным органом Северо-Осетинского обкома ВКП(б), газета при подаче материала находилась в жестких идеологических рамках. Однако большой интерес вызывает культурный пласт публикуемых материалов, позволяющий отметить, какое значение для населения имели кино, театр, музыка.

Предметом исследования является военный досуг, претерпевший существенные трансформации, но не утративший своего значения.

Изложение основного материала. Досуг предполагает наличие свободного времени, которого в годы войны у населения было немного. Уже в первые дни войны, когда резко изменились условия жизни, перестройка экономики на военные рельсы потребовала от населения большого напряжения сил, все меньше времени оставалось на посещение культурных мероприятий. Кроме того, психологическая атмосфера, переживания за родных, которые находились на пе-

редовой, также влияли на посещаемость культурных мероприятий.

Главным в культурно-массовой работе партийно-советских органов становится активное пропагандистское направление. Все советские праздники отмечались, как и раньше, массово, красочно, но теперь главная идея заключалась в том, чтобы все они подчинялись готовности жертвовать собой во имя победы над фашизмом. Так, впервые 1-го августа 1941 г. праздновался антивоенный день. Главными лозунгами были: «Все наши силы на поддержку нашей героической Красной армии, нашего славного Красного флота!», «Все силы народа – на разгром врага!». Городской комитет ВКП(б) развернул широкую подготовительную работу среди населения Владикавказа: «По предприятиям, учреждениям и среди населения города провести беседы, доклады, лекции на темы о международном положении, о войнах справедливых и несправедливых, о вероломном нападении фашистской Германии на СССР, о необходимости оказывать всемерную помощь истребительным отрядам по борьбе с парашютными десантами и диверсантами противника и другими оборонным и патриотическим темам» [5, с. 19]. Примерно в таком же русле проходило празднование и других памятных дат с широким привлечением населения не только Владикавказа, но и представителей районов республики.

Менялся не только культурный ландшафт города, менялся репертуар театров, кинотеатров. Например, на неопределенное время закрылся городской цирк, ряд помещений, в которых размещались культурные организации, был передан под госпитали.

Уже в июле 1941 г. Управление по делам искусств при СНК РСФСР разослало в регионы инструктивное письмо, в котором от партийно-советских и культурных деятелей требовалось принять самые неотложные меры по усилению патриотических чувств населения. В связи с этим следовало внимательно пересмотреть репертуары театров, кинотеатров, план работы музеев и проч. [13]. Культурно-

просветительным постоянным комиссиям поручалось возглавить работу изб-читален, клубов, библиотек, домов культуры, музеев и др.; «каждая изба-читальня, библиотека, клуб должны систематически держать население в курсе текущей политики, рассказывать о решениях партии и правительства и т. д., организовать книжные выставки на военно-оборонные и антифашистские темы» [4, с. 113].

Горисполком принимает ряд документов о порядке работы зрелищных предприятий и требует их неукоснительного соблюдения. Например, все спектакли и фильмы должны заканчиваться не позднее 22.00 часов, чтобы зрители могли до комендантского часа добраться до своих домов [3, с. 11].

Культурная жизнь жителей Владикавказа всегда отличалась многообразием. В городе функционировало три государственных и два самодеятельных театра с репертуаром, привлекавшим сотни зрителей. Кроме этого, в городе работали четыре кинотеатра, цирк, два музея [21]. Театры успешно справились с такими патриотическими и антифашистскими пьесами, как «Парень из нашего города» К. Симонова, «Родные берега» Давутина и Соловьева, «Дни борьбы» Г. Джимиева и др. [24]. Успешно поставлены классические произведения: «Живой труп» Л. Толстого, «Отелло» У. Шекспира, «Поздняя любовь» А. Островского [23]. За четыре месяца войны драмтеатры дали 225 шефских концертов и спектаклей в госпиталях [16].

Наряду с этим в работе театров имелись недостатки. Репертуар полностью не отвечал требованиям и задачам Отечественной войны. Партийные органы требовали постановок антифашистских патриотических и классических спектаклей на высоком художественном и идейно-политическом уровне, «призывающих зрителя на самоотверженный труд, на готовность идти на любые жертвы, революционную бдительность и презрение к империалистическим захватчикам; проводить перед началом спектакля 5–10-минутные выступления работников театров с целью ознаком-

ления зрителя с содержанием и идеей пьесы» [6, с. 2].

Среди прочих проблем, стоявших перед культурными организациями, – значительное сокращение творческого профессионального сообщества. Одни актеры были призваны на фронт, другие по мобилизации отправлены на строительство оборонительных сооружений и т. д. Так, М. Икаев, молодой артист драматического театра, в течение шести месяцев трудился в составе одного из строительных батальонов [14]. В труппе осталось не более двух десятков профессиональных артистов. Летом 1942 г. труппа Северо-Осетинского государственного драмтеатра, Орджоникидзевского русского городского театра и оперной студии была эвакуирована в г. Сталинир Юго-Осетинской АО [9, с. 211].

При этом заказ власти состоял в требовании увеличить количество театральных представлений. Если до войны драматический и городской театры давали не более 40 представлений в год, то в конце 1941 г. – 60 показов. Среди новых постановок можно отметить: «Дым отечества» (бр. Тур и Л. Шейнин), «Олеко Дундич» (М. Кац и А. Ржешевский), «Воскресший с того света» (Д. Туаев), «Сыновья Бата» (Д. Мамсуров) и др. [15].

В августе 1941 г. в городском театре была создана концертная бригада, которая давала представления в госпиталях, на строительстве оборонительных сооружений, на предприятиях и частях гарнизона. Представления ориентировались на оборонную тематику.

Коллектив Северо-Осетинского государственного драматического театра подготовил специальный спектакль-концерт, состоящий из скетчей (одноактных пьес): «Родина зовет», «Бешеная собака», «Одна минутка» и другие, и выезжает в районы нашей республики. В программу гастролей вошли также отрывки из лучших спектаклей репертуара театра, художественное чтение, танцы, героические народные песни. Театр работал в Правобережном, Орджоникидзевском, Дарг-Кохском, Кировском,

Ардонском, Дигорском и Алагирском районах и предполагал дать в полевых бригадах и селах до 50 концертов-спектаклей. В спектаклях были заняты все ведущие силы театра: народный артист Северо-Осетинской АССР Тхапсаев, заслуженные артисты: Каргинова, Икаев, Борукаев, Цаликов, Кокоев, Цирихов, Баллаев, Каряева и другие. Вместе с коллективом театра выезжают его директор Цопанов и художественный руководитель Фотиев. Сбор от некоторых представлений (например, «Весна в Москве», концерт джаз-оркестра и др.) передавался в фонд строительства авиачасти «Защитник Владикавказа» [17].

С 1 января 1942 г. в Орджоникидзе возобновила свою работу Северо-Осетинская оперная студия, работавшая в 1941 г. в Москве при государственной консерватории имени П. И. Чайковского [12]. Студия ставит своей целью подготовку квалифицированных певцов для будущей национальной осетинской оперы. В студии преподавали профессора Московской государственной консерватории Сперанский и Друзякина, аспиранты консерватории Коломийцева, Белорусец, Кандубра и ассистент Ленинградской консерватории Дембо; «состав студии будет пополнен из числа участников самодеятельных коллективов города Орджоникидзе и районов республики. Управлением по делам искусств при СНК Северо-Осетинской АССР направлены специальные комиссии в районы для выявления талантливой молодежи» [2, с. 371].

На страницах газет регулярно печатались анонсы спектаклей с участием лучших творческих коллективов страны. Так, в начале 1942 г., когда враг рвался на юг, во Владикавказ на гастроли прибыл коллектив МХАТа со спектаклями «Дядя Ваня», «Русские люди» и др. [20]. В том же году во Владикавказе с успехом шли спектакли «Цыгане», «Свадьба в таборе» московского цыганского театра «Ромэн» [19].

С большим успехом прошел спектакль «Отелло». Как сообщала газета, «Отелло (народный артист республики

В. Тхапсаев) сразу привлёк симпатии зрителя. Он почувствовал в нем черты, присущие своему народу: мужество, храбрость и доверчивость большого сердца. Зритель разделял муки Отелло, преданного коварным Яго. Фашисты ненавидят Шекспира. Еще бы! Ведь он гениально предвосхитил их коварство, изобразив мерзкого Яго. Фашистские заправилы узнали свой портрет» [18].

Не менее значимую роль в патриотическом воспитании играло кино, которое оперативно освещало события на фронтах. В годы войны выходили киноальбомы, например «Победа – за нами!» имел оглушительный успех у зрителей [22]. От сотрудников кинопроката требовали «усилить политическую агитацию среди работников кинотеатров, особенно среди зрителей, систематически проводить читки газет, журналов, сообщений Советского Информбюро, направив всю агитационно-политическую работу на воспитание советского патриотизма, революционной бдительности, дисциплины и трудового героизма» [7, с. 75].

Наряду с патриотическими фильмами в кинотеатрах города демонстрировались веселые кинокомедии («Станица дальняя», «Свинарка и пастух») [1, с. 4].

Наряду с художественными игровыми картинами зрителям демонстрируют фильмы, снятые в период битвы за Владикавказ. Так, Тбилисская киностудия выпустила фильм «Удар наших войск на подступах к городу Владикавказу» – о героической борьбе жителей города, которые плечом к плечу встали с солдатами и командирами Красной Армии на защиту Владикавказа. Авторы фильма показали военные события, день за днем запечатлевая хронику событий. На премьере в зале сидели участники боев, которые переживали вновь подробности, указывая, что «фильм «Удар наших войск на подступах к городу Владикавказу» – прекрасный документ. Он расскажет нашим потомкам, как боролся рядовой советский город с озверелыми фашистскими бандами» [11].

Не были забыты и дети. В кинотеатрах «Комсомолец» и «Юнг-штурм»

юные горожане могли посмотреть фильмы «Остров сокровищ», «Маленькая мама», «Золотое озеро». Во Владикавказе, несмотря на тяжелые обстоятельства военного времени, создавались условия для организации культурного досуга, в том числе и детского.

Как и в предвоенные годы, в период войны большое внимание уделялось физической подготовке детей и юношей. Так, в феврале 1942 г. была проведена военно-тактическая игра пионеров и школьников «Рейд в тыл врага»: «Из участников создаются роты, в составе 100 чел. Для руководства игрой в школе создаётся штаб, куда входят не только преподаватели, но представители Осоавиахима, начальник штаба пионерской дружины. В новой игре нужно будет незаметно пробраться в тыл «врага», собрать сведения о «противнике», незаметно «минировать» в тылу врага дорогу, пробраться к штабу «врага» и уничтожить его... Пионерская дружина, которая проведёт лучшую игру, получит от Осоавиахима грамоту» [25].

Насколько возможно, в порядке содержались общественные территории – парки, сады. Являясь прифронтовым городом, Владикавказ в 1942 г. по-прежнему заботился о старейшем парке – парке культуры и отдыха им. К. Хетагурова. Своим решением горисполком решает привести в порядок вскрытые разрушения и приготовить парк к посещению летом 1942 г.: «б) представить к 14 апреля на утверждение горисполкома согласованный с ОКХ и горпланом промплан парка на 1942 г. с перечнем основных мероприятий зрелищной и культурно-массовой работе; в) закончить к 14.04 уборку парка от захламленности и привести в порядок щели, связавшись с организациями, за которыми закреплены щели; г) обязать горторготдел в 3-дневный срок определить сеть торгующих организаций на 1942 г. и обязать последних произвести ремонт торговых точек» [9, с. 183]. А осенью того же года город стал фронтовым бастионом и эти проблемы отступили на задний план.

Выводы. Культурный досуг в годы войны претерпел существенные изменения, но не переставал быть частью повседневной жизни горожан. Агитационно-пропагандистская составляющая вышла на первый план, что естественно для тех условий, которые были вызваны войной. Вместе с тем культурно-досуговая сфера продолжала работать. Гастроли ведущих московских театров разнообразили репертуар

театров и способствовали приобщению населения города Владикавказа к высокой культуре.

Постоянно обновлялся кинопрокат, и кинокартины, демонстрировавшиеся в больших городах, в скором времени поступали во Владикавказ. Таким образом, население города не чувствовало себя ущемленным в культурном досуге, насколько это было возможно в условиях военного времени.

-
1. ГАНИ РСО-А. – Ф. 3. – Оп. 1. – Д. 18.
 2. ГАНИ РСО-А. – Ф. 1. – Оп. 3. – Д. 371.
 3. ГАНИ РСО-А. – Ф. 3. – Д. 2. – Л. 11.
 4. ГАНИ РСО-А. – Ф. 53. – Оп. 1. – Д. 1.
 5. ГАНИ РСО-А. – Ф. 53. – Оп. 1. – Д. 164.
 6. ГАНИ РСО-А. – Ф. 53. – Оп. 1. – Д. 166.
 7. ГАНИ РСО-А. – Ф. 53. – Оп. 1. – Д. 165.
 8. Жиромская В. Б. Влияние войны на население в советском тылу / В. Б. Жиромская, Н. А. Араловец // Народ и война: очерки истории Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. – Москва: Гриф и К, 2010. – С. 462–488.
 9. Ковалева О. А. Кино, театр и музыка были важными элементами досуговой жизни Тюмени в 1941–1945 годах / О. А. Ковалева // Клио. – 2025. – № 1. – С. 157–162.
 10. Орлов И. Б. Советская повседневность. Исторический и социальный аспект становления / И. Б. Орлов. – Москва, 2010. – 328 с.
 11. Городские партийно-государственные органы управления в годы Великой Отечественной войны (на материалах г. Орджоникидзе / Владикавказ). Документы и материалы / сост. Е. В. Туфанов, С. А. Хубулова, Л. Ч. Хаблиева, А. Е. Батыров. – Т. 1: Июнь 1941 г. – июль 1942 г. – Ставрополь, 2022. – 272 с.
 12. Поршнева О. С. Особенности менталитета россиян в военных условиях / О. С. Поршнева // Великий подвиг народа. Вторые военно-исторические чтения, посвященные 55-летию Победы в Великой Отечественной войне: тезисы докладов. – Екатеринбург, 2001. – С. 218–226.
 13. Социалистическая Осетия. – 1942–1943. – 3 января.
 14. Социалистическая Осетия. – 1941. – 20 июля.
 15. Социалистическая Осетия. – 1941. – 20 июля.
 16. Социалистическая Осетия. – 1941. – 27 октября.
 17. Социалистическая Осетия. – 1941. – 7 октября.
 18. Социалистическая Осетия. – 1942. – 5 марта.
 19. Социалистическая Осетия. – 1942. – 15 марта.
 20. Социалистическая Осетия. – 1942. – 28 апреля.
 21. Социалистическая Осетия. – 1942. – 18 апреля.
 22. Социалистическая Осетия. – 1942. – 4 февраля.
 23. Социалистическая Осетия. – 1942. – 14 февраля.
 24. Социалистическая Осетия. – 1942. – 5 ноября.
 25. Социалистическая Осетия. – 1942. – 25 ноября.

The Military Daily Life of the Population of Vladikavkaz (1941–1945)

The article is devoted to one of the little-studied issues related to leisure activities of the urban population of Vladikavkaz (Ordzhonikidze). It was established that, despite the wartime, residents continued to attend cultural events, play sports, etc. The main source for revealing everyday leisure practices was the issues of the republican newspaper Socialist Ossetia, which published materials on the most striking and interesting cultural events and activities every day.

Keywords: war, culture, leisure, theater life, tours, concert brigades.

УДК 930.1

С. П. Шендрикова

Понятие «историческая память» в работах отечественных и зарубежных авторов

В контексте исследуемой темы автором предложен анализ отношения к исторической (мемориальной) памяти на современном этапе. На основе работ ведущих отечественных и зарубежных исследователей сделана попытка определения понятия 'историческая память', его места и роли в формировании ментальности современного общества.

Ключевые слова: история, военная история, историческая память, мемориал, понятие, исследование, авторское видение, гипотеза.

Введение. Предложенная в данной статье тематика обусловлена сегодняшним днем. Уничтожение исторического наследия, имевшее место на разных этапах отечественной и всеобщей истории, недопустимо само по себе ввиду того, что памятники истории и культуры уже сами по себе являются важным историческим источником информации для ученых и исследователей, занимающихся реконструкцией объективной исторической картины прошлого. Мемориальная (историческая) память формируется в сознании общества путем создания коллективных представлений. Однако объективность воспоминаний о прошлом, их фиксация и трансформирование на материальные носители в контексте памятников истории и культуры имеет и субъективные черты. При прочих равных анализ данной проблемы следует осуществлять поэтапно, с использованием междисциплинарных методов исследования.

Методологической основой исследования является принцип историзма, без которого невозможно объективное

исследование прошлого. Применение этого принципа позволяет рассмотреть исторические явления в саморазвитии, помогает установить причины их зарождения, выявить качественные изменения на различных этапах. Данный принцип предполагает изучение прошлого с учетом конкретно-исторической обстановки соответствующей эпохи, во взаимосвязи и взаимообусловленности событий. К примеру, для правильного понимания термина «мемориальная память» следует учитывать, что это не столько архитектурно-скульптурная композиция, сооруженная в память о людях или событиях, сколько часть коллективной памяти определенного народа в нарративном контексте. Этимология термина «мемориальная» указывает на латинское происхождение «memoria», что в буквальном переводе звучит как «память» [1, с. 19–28].

Доктор политических наук, профессор И. Ф. Ярулин в статье «Историческая память как социальный гипноз: к методологии исследования» (2016) рассматривает основополагающие ме-

тоды исследования в контексте анализа такого явления, как историческая память. В понимании автора историческая память, несмотря на свою противоречивость, обладает способностью сохранять в массовом сознании такие оценки событий прошлого, которые трансформируются в ценностные ориентации, определяющие поступки и действия социальных акторов. Воздействие стереотипов исторической памяти и воспроизводимых на их основе социально-политических мифов может как консолидировать общество, так и оказывать негативное влияние на его становление. Это зависит от того, кто использует указанные стереотипы и с какой целью. Методология и методика социологического исследования состояния и функционирования исторической памяти приобретает особую актуальность в периоды коренных изменений в жизни общества и государства. Социологическая теория и понятийный аппарат исследований исторической памяти в сознании общества как феномена и процесса еще полностью не сформировались, чего нельзя сказать о практиках их теоретического осмысления [23, с. 145–154].

Исследователь Д. А. Аникин в работе «Методология исследований исторической памяти» (2017) приводит ряд необходимых условий для разработки нужных инструментов, направленных на объективное изучение исторической памяти [4, с. 240–264]. На данный момент учеными выделены основные методологические подходы к исследованию проблематики исторической памяти. Существуют три подхода к изучению данного явления:

- государственно-ориентированный;
- лично-ориентированный;
- объединительный [12, с. 114].

Рассмотрим каждый из подходов. *Государственно-ориентированный подход* направлен на рассмотрение феномена памяти в контексте идеологической и аксиологической парадигмы государства. В государственно-ориентированном подходе память о войне соотносится с актуальной политической повест-

кой и национальными стратегическими интересами страны. При этом сам подход применяется в междисциплинарном русле. Его используют не только социологи, политологи, но и историки, когда занимаются исследованием политики памяти [9, с. 1]. Следует привести пример положительной оценки обществом памяти о Великой Отечественной войне. Так, в воспоминаниях людей, проживающих в России, память о Великой Отечественной войне позиционируется как основа единения и общности нации, как проявление единства народов в трудное время и его консолидации в вопросах внешней и внутренней политики [10, с. 55–56].

Личностно-ориентированный подход позволяет рассматривать военную память в контексте личного (индивидуального), как результат личной или коллективной трагедии, психологической травматической реакции на события прошлого. В этом ключе индивидуальная или коллективная психологическая травма причастных к событию лиц и групп определяет формы мемориализации войны. Стоит отметить, что сегодня лично-ориентированный подход находит отражение в таких научных направлениях, как микроистория, социальная история, военно-историческая антропология [11, с. 34–42]. Во многих публикациях рассматривается субъективное преломление образов прошлого, в том числе специфическое восприятие событий, например Великой Отечественной войны союзниками и сторонниками противоположного лагеря, интерпретация тех или иных событий, а также особое восприятие войны разными народами, этносами и даже группами войск. Это направление изучает мемориальную историю в личном преломлении [5, с. 24].

Объединительный подход в рассмотрении феномена мемориальной памяти включает в себя оба предыдущих направления и носит междисциплинарный характер. Он используется современными учеными как наиболее эффективный и оптимальный, так как рассматривает

и анализирует феномен исторической (мемориальной) памяти всесторонне, с применением инструментов многих гуманитарных дисциплин. Объединительный подход учитывает внешний политический контекст и внутренний личностный (субъективный) фактор. При использовании объединительного подхода создается многоуровневая модель анализа коллективной памяти, в которой память о войне соотносится с изучаемой идеологической конъюнктурой общества, в том числе с учетом политического дискурса государства и с индивидуальным преломлением (рефлексией) отдельных социальных групп, имеющих свое собственное видение произошедших событий. Применяя объединительный подход, большинство исследователей выделяют формы памяти, представленные в объектах культурного наследия, средствах массовой информации, литературных произведениях, в искусстве, музыке, кинематографе и т. д. Сюда же следует отнести и формирование героических символов, знаков и мифов войны, в том числе и сам опыт осуществления политики памяти в социуме [3, с. 2]. Анализ данного подхода позволяет сделать вывод о том, что он является неким медиатором памяти и может найти эффективное применение в интернет-сетях.

Подводя итоги анализа методологических основ поднимаемой темы, следует подчеркнуть, что изучение мемориальной памяти необходимо рассматривать в междисциплинарном русле, так как проблема памяти охватывает широкий спектр гуманитарных дисциплин. Предмет же ее исследования не ограничен строгими рамками, а, напротив, динамичен и изменчив в зависимости от применения методов исследования. При дискуссионных моментах изучения концептов и явлений прошлого необходимо применять инструменты многих гуманитарных дисциплин ввиду сложности и многогранности такого явления, как *memory studies* [2, с. 133–140]. Следует также учитывать идеологический контекст в анализе «политики памяти», так

как при теоретико-методологическом изучении мемориальной (исторической) памяти необходимо сопоставлять все возможные факторы формирования того или иного события прошлого в коллективном сознании общества [8, с. 106–123].

Изложение основного материала.

На сегодняшний день одной из актуальнейших проблем современной исторической науки является изучение мемориальной (исторической) памяти. Этот термин на Западе в буквальном смысле звучит как *memory studies* – изучение памяти. В отечественной историографии понятие «мемориальная память» окончательно не сформулировано и многими исследователями рассматривается как синоним таких сочетаний, как историческая память, социальная память, коллективная память, культурная память, национальная память и т. д. В эпоху постмодерна в изучении понятия *memory studies* появились новые подходы, предполагающие новые междисциплинарные связи. Ввиду того что институциональное развитие *memory studies*, как сказано выше, на сегодня окончательно не оформлено, многие направления этой области исследований претерпевают серьезный кризис. Среди ученых нет консенсуса в контексте применения единого термина для позиционирования проблем, связанных с исследованием исторической (мемориальной) памяти. Ученые, располагающие различными теоретико-методологическими инструментами, порой применяют полицентричные эпитеты с целью вычленения объекта исследования, например: мемориальная память, историческая память, культурная память, социальная память, национальная память, этническая память и т. д. [6, с. 8–15]. В данном ключе преобладает исключительно вторая смыслообразующая конструкция, а именно само понятие «память» (фиксированных образов, ценностей и представлений о прошлом), исследуется его сущность и детерминированность с внешней и внутренней средой, с объектом и субъектом исследования [14, с. 132–136].

Ведущими зарубежными исследователями, изучавшими феномен памяти, являются: О. М. Хальбвакс, Ф. Йейтс, А. Ассман, Я. Ассман, П. Нора, А. Мегилли, П. Хаттон, Э. Ренан, Жак Ле Гофф, Д. Лоуэнталь, Г. Люббе, Й. Рюзен, П. Рикер, Б. Анлерсон, П. Бергер, Э. Хобсбаум, Б. Гене, Х. Тревор-Ропер и др. В Российской Федерации проблематика *memory studies* рассматривается в работах Л. Репиной, И. Савельевой, О. Леонтьевой, А. Полетаева, Ю. Сафроновой, Е. Топольского, О. Головашиной, Е. Кринко, Е. Сеньявских, А. Сеньявских, Н. Ассордбрай, А. Линценко, О. Малинова, О. Поршнева, Ю. Левады, А. Миллера, М. Дмитриева, М. Румянцева, В. Тихонова, Е. Тавокина, И. Табатадзе, Т. Хлынина, Б. Шацкой, С. Эрлиха, М. Барга и др. [15, с. 31–46].

Активное изучение феномена памяти началось с появлением новой терминологии в области гуманитарных знаний. Так, французским культурологом А. Молем в научный оборот было введено понятие «память мира». В свою очередь американский социолог Г. Шуман внедрил термин «коллективная память поколений». Представители школы «Анналов» продолжили изучение вопросов, связанных с коллективной памятью. Понятие «коллективная память» было предложено Морисом Хальбваксом в 1920-х годах [21, с. 8–27]. Однако полемика в контексте конкретизации данного термина имела место, когда оппонент автора, представитель школы «Анналов» М. Блок, указал, что данный концепт по сути своей метафоричен, так как коллектив людей не может обладать общей памятью. Подобного мнения придерживался немецкий историк Р. Козеллек, утверждая, что воспоминания являются только личной памятью и соотносятся лишь с индивидуальным сознанием человека [21, с. 8–27].

Понятие «коллективная память» приобрело популярность в 80-х годах XX века. Однако ввиду критики в кругу исследователей и общественности понятие «индивидуальная память» отошло на второй план. М. Хальбвакс

настаивал на том, что коллективная память социально детерминирована и в своей сущности является репрезентацией прошлого в коллективном сознании. Поддерживая и развивая в своих работах идеи Э. Дюргейма, в русле изучения индивидуальных и коллективных представлений М. Хальбвакс, наряду с индивидуальными, изучал и коллективные представления, сохраняющиеся в сознании человека. Автор идеи работал над вопросом: возникают ли они каждый раз заново, в новой дополненной интерпретации, или воссоздаются в области бессознательного в форме неких образов-архетипов? При этом в своих работах М. Хальбвакс не утверждал, что коллектив обладает собственной общей памятью. С точки зрения ученого, понятие коллективной памяти не оторвано от жизни и неразрывно связано с историческим контекстом, дискурсом, пространством и временем, где внешняя среда служит основанием для индивидуальной памяти. В понимании автора данной идеи, индивидуальная память неотделима от внешней среды и не существует без определенного контекста. М. Хальбвакс неоднократно подчеркивал, что без опоры на смыслы, образы, контекст человек не сможет ничего вспомнить и воссоздать в своей памяти, так как его память преимущественно связана с внешним миром, соприкосновение с которым неизбежно и неминуемо с момента рождения [21, с. 8–27].

Коллективная память генерирует связь между прошлым и настоящим в отличие от истории, которая разделяет эту взаимозависимость. В данном ключе история утрачивает живую память и коммуникацию с настоящим. Здесь важную функцию берет на себя язык, которому отводится особая роль как связующему звену между миром и человеком, между памятью и историей. В этом контексте следует заметить, что на сегодняшний день историки, изучающие мемуары актуальных персоналий, обязаны делать ссылку на эпоху и социальный контекст, в котором проживала рассматриваемая личность. Отсюда следует

вывод, что наличие той или иной преобладающей коллективной идеи, общей памяти, мейнстрима, присутствующего непосредственно в исследуемой эпохе, – явление естественное [22, с. 113].

В современной науке общепринято выделять три этапа в становлении memory studies:

1) *первый период* активного изучения memory studies берет начало в 20–40-х годах XX века, получив свое развитие благодаря таким ученым, как Морис Хальбвакс, Вальтер Беньямин, Аби Варбург, Фредерик Бартлетт;

2) *второй период* начался в 80–90-е годы XX века и характеризовался становлением и развитием теоретико-методологических концепций памяти, а также его институционализацией, итогом чего стало оформление такого научного направления, как memory studies;

3) *третий период* характеризуется кризисным состоянием в изучении данного концепта, начавшись с критических обзорных публикаций 90-х годов XX века и продолжающимися дискуссиями вплоть до нашего времени [18, с. 57].

В 2007 году канадский психолог, специалист в области исследований памяти Э. Тулвинг обозначил 256 типов памяти, включив созданные историками понятия мемориальной, исторической, культурной и политической памяти. Однако при всем многообразии в определении понятия «память» ключевым является одна смыслообразующая и существенная деталь – это передача опыта и традиций. Память – это не просто фиксация и рефлексия своего прошлого, индивидуального или общественного, это передача опыта, традиций, ценностей, устоев, правил, законов, представлений, даже образов и архетипов. Известный французский философ П. Рикер, с позиции феноменологической герменевтики подчеркивает субъективность человеческих воспоминаний и памяти в целом [17, с. 169].

Институциональное становление memory studies в русской историографии на сегодняшний день не оконча-

но. Важным шагом в контексте изучения данного вопроса стало открытие научного журнала «Memory studies» в 2008 году. В декабре 2016 года процесс институционализации memory studies приобрел более широкий масштаб посредством создания Ассоциации исследований памяти (The Memory Studies Association) [19, с. 11–26]. Поворотом в векторе изучения понятия «память» стало возвращение к научному изучению коллективного сознания в контексте традиционализма. В 1981 году в свет вышла работа Э. Шилза «Традиция». В 1983 году под редакцией Э. Хобсбаума и Т. Рейнджера опубликован сборник статей «Изобретение традиций». Далее на фоне зарубежных теорий традиции Р. Редфильда, А. Райс, Э. Шилза и Ш. Эйзенштадта вышел ряд научных изысканий, где предметом исследования является понятие «память». На этом фоне стала необходимой разработка такой новой дисциплины, как «Традициология», идейным вдохновителем и автором которой является Э. С. Маркарян [13, с. 79–87].

В 1989 г. вышел в свет первый номер американского журнала «History & Memory». В конце 80-х – начале 90-х годов XX века издана крупная работа под руководством П. Нора, посвященная местам памяти [16, с. 202–208]. В 1992 году Я. Ассман презентовал свой труд «Культурная память» [7, с. 116]. В 1995 году профессор Б. Зелицер опубликовал статью «Прочитывая прошлое «против шерсти». Очертания 'memory studies'». В ней автор предпринял попытку заложить основные теоретико-методологические принципы нового подхода [20, с. 12–27].

Выводы. На сегодняшний день во многих западных университетах появляются учебные дисциплины и программы по memory studies. За последнее десятилетие вышел в свет ряд учебных пособий по данной дисциплине. Однако относительно определения «мемориальная память» мнение исследователей сводятся к одному принципу, дающему четкое представление о смысловом со-

держании данного понятия, а именно к историзму. Так, историческая память, мемориальная память, социальная память, коллективная память, культурная память, национальная память непосредственно включают в себя смысловую категорию «память», под которой мы понимаем передачу знаний и определенного опыта от одного поколения к другому с учетом специфических ментальных установок в сознании масс

[13, с. 79–87]. Содержание исторической памяти разными исследователями трактуется как в общих чертах и характеристиках, так и в диаметрально противоположных определениях. В радикальных случаях данный смысловой конструкт даже отвергается учеными, как ненаучный, и рассматривается только в контексте определенного дискурса [19, с. 11–26].

-
1. Аникин Д. А. Политика памяти в сетевом пространстве: интернет как медиатор памяти / Д. А. Аникин, А. Ю. Бубнов // Вопросы политологии. – 2020. – Т. 10. – № 1 (53). – С. 19–28.
 2. Аникин Д. А. Время памяти: мемориальный бум в гуманитарных науках / Д. А. Аникин // Вояджер: мир и человек. – 2017. – № 9. – С. 133–140.
 3. Аникин Д. А. Исторический миф как предмет «memory studies»: в поисках методологии исследования / Д. А. Аникин // История: электронный научно-образовательный журнал. – 2018. – № 6 (70). – С. 2.
 4. Аникин Д. А. Методология исследований исторической памяти / Д. А. Аникин // Россия в 1917 году: институциональный ресурс, социальные риски и цивилизационный коллапс: монография / М. О. Орлов, А. В. Иванов, В. П. Рожков и др. – Саратов, 2017. – С. 240–264.
 5. Аникин Д. А. Память о великой отечественной войне как символический ресурс: особенности функционирования в религиозном сообществе / Д. А. Аникин // Studia Humanitatis. – 2020. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pamyat-o-velikoy-otechestvennoy-voynе-kak-simvolicheskiy-resurs-osobennosti-funktsionirovaniya-v-religioznom-soobshchestve> (дата обращения: 19.05.2025).
 6. Аникин Д. А. Фронт и граница: пространственная методология в современных «memory studies» / Д. А. Аникин // Философия и методология истории: сборник научных статей VI Всероссийской научной конференции / отв. ред. С. Г. Калашников. – Коломна, 2015. – С. 8–15.
 7. Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман; пер. с нем. М. М. Сокольской. – Москва: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.
 8. Ачкасов В. А. «Политика памяти» как инструмент конструирования постсоциалистических наций / В. А. Ачкасов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. XVI. – № 4 (69). – С. 106–123.
 9. Баранов А. В. Историческая память о Великой Отечественной войне как ресурс обеспечения межэтнического согласия / А. В. Баранов // Наследие веков. – 2017. – № 2 (10). – С. 55–61.
 10. Баринов В. А. Отечество, отечественные войны и российская мемориальная культура: сущность и формы выражения во времени и пространстве (часть 1) / В. А. Баринов, К. В. Барина // Культурологический журнал. – 2016. – № 3 (25). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otechestvo-otechestvennye-voyny-i-rossiyskaya-memorialnaya-kultura-suschnost-i-formy-vyrazheniya-vo-vremeni-i-prostranstve-chast-1> (дата обращения: 20.09.2025).
 11. Батищев Р. Ю. Память о войнах и «войны памяти» в современных memory studies: основные подходы к изучению и ключевые акторы / Р. Ю. Батищев // Tempus et Memoria. – 2021. – Т. 2. – № 1. – С. 34–42.
 12. Историческая память и российская идентичность / под. ред. В. А. Тишкова, Е. А. Пивневой. – Москва: РАН, 2018. – 508 с.
 13. Кокорина Г. А. Исследования исторической и социальной памяти в современной российской историографии / Г. А. Кокорина // Вестник Тверского государственного университета. Серия: История. – 2021. – № 2 (58). – С. 79–87.
 14. Колесников Е. В. «Memory studies»: теоретические аспекты изучения феномена исторической и культурной памяти в зарубежной и отечественной историографии / Е. В. Колесников // Мировоззренческая парадигма в философии: борьба старого и нового в современном мире социальной материи: сб. ст. по материалам XVI Международной научной конференции / редкол.: М. М. Прохоров (отв. ред.) [и др.]. – Нижний Новгород, 2021. – С. 132–136.
 15. Леонтьева О. Б. Память, время, мемориальная культура в работах Алейды Ассман / О. Б. Леонтьева // Историческая экспертиза. – 2017. – № 4. – С. 31–46.

16. Нора П. Всемирное торжество памяти / П. Нора // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. – 2005. – № 2–3 (40–41). – С. 202–208.
17. Рикер П. Память. История. Забвение / П. Рикер. – Москва: Изд-во гуманитар. лит., 2004. – 728 с.
18. Сафронова Ю. А. Историческая память: введение: учебное пособие / Ю. А. Сафронова. – Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019. – 220 с.
19. Сафронова Ю. А. Memory studies: эволюция, проблематика и институциональное развитие / Ю. А. Сафронова // Методологические вопросы изучения политики памяти: сборник научных трудов. – Москва, 2018. – С.11–26.
20. Сафронова Ю. А. Третья волна memory studies: двадцать три года против шерсти / Ю. А. Сафронов // Политическая наука. – 2018. – № 3. – С. 12–27.
21. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память / М. Хальбвакс // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. – 2005. – № 2–3 (40–41). – С. 8–27.
22. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / М. Хальбвакс; пер. с фр. и вступ. статья С. Н. Зенкина. – Москва: Новое издательство, 2007. – 348 с.
23. Ярулин И. Ф. Историческая память как социальный гипноз: к методологии исследования / И. Ф. Ярулин // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2016. – № 3 (42). – С. 145–154.

The concept of «Historical Memory» in the works of Russian and foreign authors

In the context of the topic under study, the author offers an analysis of the attitude to historical (memorial) memory at the present stage. Based on the works of leading Russian and foreign researchers, an attempt has been made to define the concept of 'historical memory', its place and role in shaping the mentality of modern society.

Keywords: history, military history, historical memory, memorial, concept, research, author's vision, hypothesis.

РЕЦЕНЗИИ

Т. А. Зотова

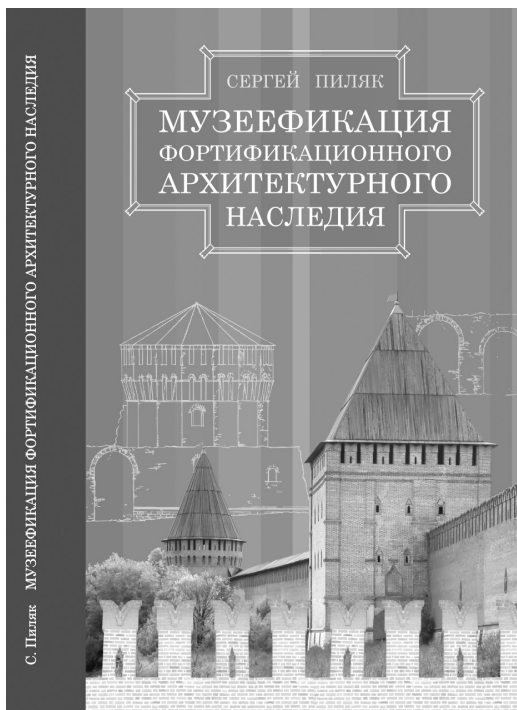
**Рецензия на книгу:
Пиляк С. А. Музеефикация фортификационного
архитектурного наследия. – Смоленск, 2025. – 246 с.**

В монографии «Музеефикация фортификационного архитектурного наследия» рассматривается широкий спектр вопросов, связанных с музейным приспособлением и освоением оборонительных сооружений, в особенности крепостей. Следует подчеркнуть, что специальных исследований, посвящённых столь обстоятельному изучению данного направления музеефикации, ранее не проводилось. В обобщающих работах эти вопросы рассматриваются обычно в дополнение к другим проблемам и направлениям. Поэтому актуальность представленной монографии не вызывает сомнений.

В первом разделе «История музеефикации фортификационного наследия» представлен широкий исторический обзор преимущественно российских практик музеефикации и мемориализации фортификационных сооружений. Этот обзор безусловно обладает новизной, является первым и уникальным опытом, направленным на выявление и возрождение практических решений в выбранной области. Некоторым

недостатком текста может являться предложенная в издании систематизация материалов по проблемному признаку, которая несколько проигрывает классическому для подобных разделов хронологическому подходу и может смущать неподготовленного читателя. Но применение проблемной систематизации объясняется самим характером исследования, рассчитанного на практиков в области сохранения фортификационного наследия, и желанием автора сделать акцент на привычных направлениях работы – на установке информационных и памятных табличек, на проведении экскурсий, на устройстве смотровых площадок и пр.

Во втором разделе «Теория музеефикации фортификационного наследия» рассматриваются наиболее общие теоретические и организационные вопросы в



выбранной сфере. Безусловный интерес вызывает попытка С. А. Пиляка провести типологический анализ основных форм институализации практик в области музеефикации фортификационных объектов, учитывающий и исторический, и современный опыт.

В третьем разделе «Практические форматы музеефикации фортификационного наследия» рассматриваются многочисленные примеры из истории и современной работы музеев-крепостей. Непривычно для музееведческого исследования выделение из совокупности практических решений «Методов информационного воздействия» и «Методов эмоционального воздействия». В то же время такой подход органично сочетается с авторской концепцией и анализом особенностей работы в музеях-крепостях. С. А. Пиляк обращается к широкой фактологической базе, рассматривая классические формы актуализации наследия (публикации, экскурсии, экспозиционную деятельность и др.) и современные приемы (арт-практики, подготовку тематических сувениров, инклюзивных и тактильных экспонатов и пр.).

Безусловным украшением и преимуществом издания является «Фортификационный глоссарий». Формат словаря основных терминов, дополненного представительным изобразительным рядом, будет востребован среди музейных специалистов, занимающихся музеефикацией оборонительных сооружений, и начинающих исследователей, постигающих азы фортификационного наследия.

Работа может рассматриваться как завершенное научно-исследовательское сочинение, обладающее бесспорной новизной и практической значимостью.

Сведения об авторах

Андрющенко Елена Станиславовна, старший преподаватель кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Антонова Алена Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Балкинд Екатерина Львовна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», заслуженный художник Республики Крым (г. Симферополь).

Верна Вероника Валериевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Горячих Мария Владимировна, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Димитриева Снежана Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Зотова Татьяна Анатольевна, кандидат культурологии, старший научный сотрудник Центра экспозиционно-выставочной деятельности отдела материального наследия Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва (г. Москва).

Хубулова Светлана Алексеевна, доктор исторических наук, профессор, профессор ФГБОУ ВО «Северо-Кавказского института-филиала РАНХиГС» (г. Пятигорск).

Хубулова Эда Владимировна, кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Северо-Осетинского института гуманитарных и социальных исследований им. В.И. Абаева – филиала ФГБУН ФНИЦ «Владикавказский научный центр Российской академии наук» (г. Владикавказ).

Чеглазова Мария Евгеньевна, кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Чепурина Инна Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, начальник научного отдела ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Чимирис Станислав Васильевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Чугунова Татьяна Николаевна, кандидат географических наук, доцент (г. Симферополь).

Шендрикова Снежана Павловна, доктор исторических наук, профессор, научный сотрудник ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь).

Authors

Andryuschenko Elena Stanislavovna, Senior Lecturer of the Department of Tourism, Management and Socio-Cultural Activities of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Antonova Alena Alexandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Management and Socio-Cultural Activities of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Balkind Ekaterina Lvovna, Candidate of Art Criticism, Associate Professor of the Department of Design of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Cheglazova Maria Evgenievna, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Management and Socio-Cultural Activities of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Chepurina Inna Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Scientific Department of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Chimiris Stanislav Vasilievich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Management and Socio-Cultural Activities of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Chugunova Tatyana Nikolaevna, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor (Simferopol).

Dimitrieva Snezhana Dmitrievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Goryachikh Marya Vladimirovna, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Management and Socio-Cultural Activities of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Khubulova Eda Vladimirovna Candidate of Historical Sciences, Senior Researcher at the V.I. Abaev North Ossetian Institute for Humanitarian and Social Studies of the Vladikavkaz Scientific Center of the RAS (Vladikavkaz).

Khubulova Svetlana Alekseevna, Doctor of Historical Sciences, Professor, Professor of the North Caucasus Institute-Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Pyatigorsk).

Shendrikova Snezhana Pavlovna, Doctor of Historical Sciences, Professor, Researcher of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Verna Veronika Valerievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Management and Socio-Cultural Activities of the Crimean University of Culture, Arts and Tourism (Simferopol).

Zotova Tatyana Anatolyevna, Candidate of Cultural Studies, Senior Researcher at the Center for Exposition and Exhibition Activities of the Department of Material Heritage of the D. S. Likhachev Russian Research Institute for Cultural and Natural Heritage (Moscow).

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
-------------------	---

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Туризм в социокультурной сфере общества

Е. С. Андрющенко

Развитие культурного туризма в Республике Крым в эпоху цифровизации: новые тренды и технологии.....	5
--	---

А. А. Антонова

Экотуризм как фактор формирования экологического сознания	10
--	----

В. В. Верна

Повышение финансовой культуры потребителей как фактор устойчивого развития рынка туристских услуг	18
---	----

М. В. Горячих

Туризм как многофакторный катализатор экономического развития страны	24
---	----

С. Д. Димитриева

Искусственный интеллект как движущая сила трансформации туристической индустрии: проблемы и перспективы	29
---	----

М. Е. Чеглазова, Т. Н. Чугунова

Социальный туризм в Республике Крым: институциональные основы, проблемные зоны и векторы развития	35
---	----

С. В. Чимирис

Трансформационные процессы в системе внутреннего туризма	42
---	----

Образовательная среда в общекультурном пространстве

И. В. Чепурина

Искусственный интеллект в образовательной среде: юридический и этический аспекты	48
---	----

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Е. Л. Балкинд

Нехудожественный образ: феномен «искусства»
за пределами искусства56

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

С. А. Хубулова, Э. В. Хубулова

Военные будни населения г. Владикавказа (1941–1945)...62

С. П. Шендрикова

Понятие «историческая память» в работах
отечественных и зарубежных авторов67

РЕЦЕНЗИИ

Т. А. Зотова

Рецензия на книгу:

Пиляк С. А. Музеефикация фортификационного
архитектурного наследия. – Смоленск, 2025. – 246 с.....74

Сведения об авторах76

Authors.....77

Научное издание

ТАВРИЧЕСКИЕ СТУДИИ

№ 42 (2025)

Художественный, техн. редактор *Е. В. Мажарова*
Вёрстка *Е. С. Кутузова*

Подписано в печать: 21.10.2025
Формат 60x84 ¹/₈. Усл.-печ. л. 9.3
Тираж 30 экз. Заказ № 94
Бесплатно
Дата выхода в свет 22.10.2025

Адрес редакции
295017, Российская Федерация, Республика Крым,
г. Симферополь, ул. Киевская, 39
Тел.: +7 (3652) 27-64-58
E-mail: nauka-kukiit@mail.ru

Адрес издательства
Издательство-типография «Антиква»
295000, Российская Федерация, Республика Крым,
г. Симферополь, пер. Героев Аджимушкая, 6, оф. 3,
тел.: +79788913701, e-mail: antikva07@mail.ru

Отпечатано с оригинал-макета заказчика
в типографии ИП Гальцовой Н. А.

Адрес типографии
295492, Российская Федерация, Республика Крым,
г. Симферополь, пгт Аграрное, ул. Парковая, 7, кв. 908

ИЗДАТЕЛЬСТВО
ТИПОГРАФИЯ



АНТИКВА

ООО «АНТИКВА»
295000, Российская Федерация,
Республика Крым, г. Симферополь,
пер. Героев Аджимушкая, 6, оф. 3,
тел.: +79788913701,
e-mail: antikva07@mail.ru