

ISBN 978-5-6055216-9-3



9 785605 521693 >

ИЗДАТЕЛЬСТВО



АНТИКВА

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

2025

ИСКУССТВО И НАУКА ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ



ИСКУССТВО И НАУКА ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ

МАТЕРИАЛЫ XIV МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ



КУКИиТ

Министерство культуры Республики Крым

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

ИСКУССТВО И НАУКА ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ

Материалы
XIV Международной
научно-творческой конференции
21–22 ноября 2025 г.

ИЗДАТЕЛЬСТВО
ТИПОГРАФИЯ



АНТИКВА

Симферополь
2026

УДК 7.01:008
ББК 85:72.4
И86

*Рекомендовано к изданию Ученым советом
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»
(протокол № 1 от 20.01.2026 г.)*

Редакционная коллегия:

В. А. Горенкин – главный редактор, кандидат политических наук, доцент
А. Ю. Микитинец – кандидат философских наук, доцент

Ответственный за выпуск – И. В. Чепурина, кандидат филологических наук, доцент

И 86 Искусство и наука третьего тысячелетия: материалы XIV Международной научно-творческой конференции (Симферополь, 21–22 ноября 2025 г.). – Симферополь: ООО «Антиква», 2026. – 318 с.

ISBN 978-5-6055216-9-3

В сборнике представлены полнотекстовые доклады – материалы XIV Международной научно-творческой конференции «Искусство и наука третьего тысячелетия», состоявшейся 20–21 ноября 2025 года в Крымском университете культуры, искусств и туризма. В издании нашли отражение результаты научно-исследовательской работы преподавателей, аспирантов и магистрантов вузов, а также специалистов в области теории и истории культуры, искусства, музейного дела, культурного туризма, библиотечно-информационной деятельности.

УДК 7.01:008
ББК 85:72.4

*За достоверность цифр, фактов, цитат,
имен ответственность несут авторы статей.*

ISBN 978-5-6055216-9-3

© ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», 2026
© Оформление (оригинал-макет),
ООО «Антиква», 2026

**ПРОБЛЕМЫ
ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ
И ПРИКЛАДНОЙ
КУЛЬТУРОЛОГИИ**

Особенности реализации национального проекта «Культура»

Н. Р. Аблимичитова,

*магистрант 1 курса направления подготовки
«Культурология» ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В. И. Вернадского»*

*Е. Г. Кокорина – научный руководитель,
кандидат культурологии, доцент, доцент кафедры культурологии
и социокультурного проектирования
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В. И. Вернадского»*

В статье рассматривается специфика реализации национального проекта «Культура». Анализируя совокупность проектной и отчётной документации национального проекта «Культура», а также литературу о нём, автор выявляет, каким образом раскрываются особенности реализации национального проекта «Культура» и федеральных проектов «Культурная среда» и «Творческие люди» в рамках национального направления «Человеческий капитал».

Ключевые слова: *культурная политика, национальный проект, направление «Человеческий капитал», проект «Культура», проект «Культурная среда», проект «Творческие люди», Российская Федерация.*

Введение. В современных условиях устойчивого развития Российской Федерации национальные проекты являются важнейшим инструментом государственной политики, направленной на повышение качества жизни населения и развитие экономики. Особое значение имеют национальные проекты направления «Человеческий капитал», охватывающие сферы здравоохранения, образования, культуры и социальной политики. Специфика реализации подобных проектов представляет значительный интерес для изучения с позиций культурологии.

Целью данной работы является выявление специфики реализации национального проекта «Культура». В качестве материала исследования выступает совокупность проектной и отчётной документации национального проекта «Культура», а также литература о нём, анализ которых позволяет выявить ключевые особенности изучаемого явления. В рамках исследования мы обращались к таким методам, как историографический, метод систематизации, структурно-функциональный.

Результаты исследования. Стратегическое планирование на государственном уровне представляет собой фундаментальный элемент системы управления страной и выступает движущей силой её модернизации. Переломным моментом в развитии данного направления в российской практике стало принятие 7 мая 2018 г. президентского указа № 204, определившего национальные цели и стратегические задачи развития страны до 2024 г.

Данный нормативный акт заложил основу для формирования масштабной системы национальных проектов, охватившей 12 ключевых направлений, объединённых в три стратегических блока.

По словам В. В. Путина, главным назначением этих инициатив является качественный переход экономики на инновационные рельсы, усиление её технологической составляющей, повышение эффективности трудовых ресурсов, что в конечном итоге приведёт к улучшению жизненных стандартов граждан и укреплению долгосрочной государственной безопасности [3].

Данные направления – национальные проекты были объединены в 3 ключевых блока. Среди них второй комплекс проектов, ориентированный на развитие человеческих ресурсов.

Центральное место здесь занимают вопросы здравоохранения, образовательной системы, демографической ситуации и культурного развития. Эти направления призваны повысить жизненные стандарты населения, улучшить состояние здоровья граждан, образовательный уровень и культурное развитие общества. Их центральная миссия заключается в развитии и усилении человеческого потенциала.

В культурной политике приоритетом становится формирование общероссийской идентичности через приобщение к духовно-нравственным традициям народов страны. Меры, предпринятые в рамках проекта «Культура», направлены на сохранение и развитие культурного пространства страны, укрепление связей между поколениями и повышение значения культуры в жизни общества.

Национальный проект «Культура» был реализован через несколько федеральных программ, среди которых ключевыми являются «Культурная среда» и «Творческие люди». Важной составляющей проекта стало масштабное обновление материально-технической базы учреждений культуры на всех уровнях – от федерального до муниципального.

В рамках создания центров культурного развития в городах с населением до 300 тысяч человек к концу 2020 г. были утверждены восемь типовых проектных решений. Началось строительство новых объектов: к концу 2022 г. введены в эксплуатацию два центра, в 2023 г. – семь, а в 2024 г. – ещё 37. В итоге за три года открыто 46 современных культурных центров, обеспечивающих доступ к разнообразным культурным сервисам.

Параллельно формировались культурно-образовательные и музейные комплексы, включающие концертные залы, школы искусств и выставочные пространства – к концу 2024 г. функционировали четыре таких комплекса. Особое внимание уделялось капитальному ремонту и оснащению федеральных, региональных и муниципальных учреждений культуры: за 2020–2024 гг. обновлено 28 федеральных и 60 региональных/муниципальных учреждений, что способствовало созданию комфортной культурной среды [1].

Также проведён капитальный ремонт множества детских школ искусств: к 2021 г. отремонтировано 426 учреждений, а к 2024 г. – 841. Это позволило повысить качество художественного образования в регионах. Проект также поддерживал добровольческие движения в сфере культуры и сохранения культурного наследия. Международные волонтерские лагеря с образовательными программами и реставрационными практиками увеличились с 1 в 2020 г. до 5 в 2024 г. (например, программа «Волонтеры культуры»).

Особое внимание уделялось предоставлению культурных услуг сельскому населению. За период с 2019 по 2024 гг. в сельских районах построено, реконструировано или капитально отремонтировано 1967 культурно-досуговых учреждений. Также закуплено 537 передвижных многофункциональных культурных центров (автоклубов) для расширения доступа к культуре.

Для повышения уровня библиотечного обслуживания была реализована масштабная программа переоснащения муниципальных библиотек по модельным стандартам. Между 2019 и 2024 гг. обновлено 1229 библиотек. Параллельно велась работа по реконструкции и техническому обновлению музеев: капитально отремонтировано 175 музеев и 763 оснащены современным оборудованием.

Значительные средства направлялись на развитие театральной сети. К концу 2024 г. обновлено 27 региональных и муниципальных театров, а также 72 театра для детей и театра кукол. Помимо этого, технически оборудованы 127 театров в городах с населением свыше 300 тысяч человек.

В сфере кинопоказа велась активная работа по оснащению кинозалов современным оборудованием. Всего за шесть лет (с 2019 по

2024 гг.) было модернизировано 1462 кинозала, что позволило расширить доступ к качественному киноискусству в самых разных уголках страны [2].

В рамках реализации федерального проекта «Творческие люди» в 2019–2024 гг. были достигнуты значимые результаты, направленные на развитие культурной среды в стране. Реализация федерального проекта «Творческие люди» позволила не только значительно расширить спектр культурных инициатив по всей стране, но и обеспечить устойчивую поддержку талантливых граждан, учреждений культуры и добровольческих объединений.

Это стало важным вкладом в формирование культурной идентичности, развитие творческого потенциала населения и укрепление социальной сплоченности. Комплексная реализация национального проекта «Культура» и федерального проекта «Творческие люди» обеспечила системное обновление культурной сферы России, расширение доступа к культурным услугам, сохранение культурного наследия, развитие творческого потенциала населения и укрепление национальной идентичности, что способствовало социальному развитию страны.

Выводы. Национальный проект «Культура» в рамках направления «Человеческий капитал» играет ключевую роль в развитии России, направляя усилия на улучшение сферы культуры. Его реализация способствует формированию конкурентоспособного и гармонично развитого общества, укреплению национальной идентичности и повышению качества жизни граждан. Подобные проекты создают условия для устойчивого будущего страны, опираясь на развитие потенциала каждого человека и сохранение культурных ценностей.

Источники и литература

1. Культура – Национальный проект «Культура» // Национальные проекты России: [сайт]. – URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/kultura/?ysclid=mfqitrfcwf146832404> (дата обращения: 21.10.2025).

2. Федеральный проект «Культурная среда» // Министерство культуры Российской Федерации: [сайт]. – URL: <https://culture.gov.ru/about/nationalproject/cultural-environment/> (дата обращения: 17.10.2025).

3. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» // Президент России: [сайт]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 21.10.2025).

Роль визуального контента в восприятии информации в историческом контексте

А. А. Везелева,

*магистрант 1 курса направления подготовки «Журналистика»
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»*

Е. Г. Кокорина – научный руководитель,

*кандидат культурологии, доцент,
доцент кафедры культурологии и социокультурного проектирования
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»*

В предлагаемой статье рассматривается широкий спектр визуальных форм коммуникации в истории развития медиапространства с древнейших времён по конец XX в. Анализируя совокупность исторических визуальных артефактов, а также литературы о них, автор определяет роль визуального контента в восприятии информации в историческом контексте.

Ключевые слова: *медиапространство, визуальность, визуальный текст, визуальный контент, исторический контекст.*

Введение. Актуальность нашей темы обусловлена тем, что одной из ключевых черт современного медиапространства является широкое распространение визуальных форм коммуникации. Фотографии, рисунки, видео, графика и инфографика, диаграммы, схемы являются как самостоятельными медиапродуктами, так и часто выступают в качестве дополнения к текстовой информации.

Целью данной работы является определение роли визуального контента в восприятии информации в историческом контексте. В качестве материала исследования выступает совокупность исторических визуальных артефактов, а также литературы о них, анализ которых позволяет выявить ключевые особенности изучаемого явления. В рамках исследования мы обращались к таким методам, как историографический, метод систематизации, семиотический.

Результаты исследования. На протяжении столетий роль визуального контента в восприятии информации менялась: в одни периоды он был её ключевым источником, а в другие уходил на второй план. До появления письменности древние люди использовали рисунки и символы для фиксации событий: наскальные изображения служили средством коммуникации и сохранения знаний.

Цивилизация шумеров пользовалась клинописью для фиксации событий, с помощью заостренных палочек на глине оставляли не только слова, но и сопровождающие текст изображения.

В средневековой Японии с помощью деревянных оттисков картинки переносили на бумагу, полученные листки распространяли среди населения; чаще всего подобные «газеты» содержали в себе информацию о битвах между феодалами.

Газеты, приближённые к современному виду, появились в XVI в. и обычно не иллюстрировались. Особой популярностью в то время обладали листки с гравюрами и лубками, их можно было приобрести на ярмарках за небольшую цену. Такие иллюстрации нередко пропагандировали нравоучительные истории, заменяли собой книги и даже становились элементами декора в доме [2, с. 117].

Важную роль иллюстрация сыграла в печатных изданиях XIX в. С помощью изображений авторы популяризировали среди образованных читателей сложные научные, исторические и культурные концепции.

Визуальный контент не только выполнял функцию просвещения, но и являлся значимым инструментом в формировании общественного мнения. Особое место в этом процессе заняли политические карикатуры – рисунки с текстом, на которых изображали кого-либо в намеренно преувеличенном, смешном и искажённом виде, при этом рисунок являлся преимущественно фоном, с помощью которого раскрывалась суть того или иного события [3, с. 608–610].

Рекламная функция визуального контента во второй половине XIX в. отошла на второй план: европейские читатели устали от пёстрых продающих вывесок. Для этого промежутка времени характерен бум на крупные плакаты, рекламные щиты, яркие объявления на домах и заборах. Изображения сопровождали репортажи, заметки и статьи: чаще всего иллюстрировали войны, катастрофы и общественно значимые события.

В России постепенно полиграфическая техника развивалась, и в «Ведомостях» стали появляться небольшие иллюстрации с изображениями царей, генералов, иностранных правителей, а также карт, схем и планов сражений. Иллюстрации на злободневные темы публиковались в таких журналах, как «Будильник» (1865), «Стрекоза» (1875), «Осколки» (1881). Визуальный контент в этом качестве не только выражал мнение мыслящих людей, но и формировал общественное мнение, отражал настроение эпохи.

Роль изображений в российских журналах XIX в. невозможно переоценить: они дополняли рекламные тексты, сопровождали статьи о моде,

детские рассказы, новости, а также культурные и научно-популярные статьи. Были и отдельные издания, которые специализировались на создании иллюстраций. Одним из таких являлся еженедельник «Нива», который выходил в печать с 1870 по 1918 г. под руководством Адольфа Маркса.

XIX в. – время становления изображений как очень значимой части в восприятии контента. Иллюстрация становится на равных с текстом, а иногда и вовсе обладает большей смысловой нагрузкой, как например, в случае карикатур.

В 1858 г. появляется «Светопись» – первый отечественный журнал, который опубликовал фотографию. Следом за ним развиваются такие издания, как «Фотографическая иллюстрация» (1863), «Фотограф» (1864) и «Фотографический вестник» (1887) [1, с. 5]. Фотография закрепляется наравне с иллюстрацией, направление активно развивается, художники и деятели искусства активно осваивают новый способ отображения реальности. В контексте развития визуального контента происходит настоящий прорыв.

В советский период визуальная коммуникация играла важную роль, несмотря на зависимость от идейных установок государства. В отличие от западной прессы, которая использовала иллюстративные материалы для привлечения внимания читателей и создания эмоционального отклика, в Советском Союзе визуальная составляющая на первых порах подчинялась строгим правилам партийной пропаганды и выполняла скорее идеологическую функцию.

Во время Великой Отечественной войны визуальный контент играл важную роль в мобилизации населения и поднятии боевого духа. Плакаты сохраняют свою актуальность, их распространяют в общественных местах, транспорте, на улицах городов и фабриках. Самый знаменитый плакат этого периода – «Родина-мать зовёт!», иллюстрацию создал Ираклий Тоидзе в 1941 г.

В период оттепели активно развиваются издания с сатирической направленностью, самый известный среди них – «Крокодил», который издавался с 1922 г. Журнал поднимал и высмеивал острые социальные явления, неумелое руководство, взяточничество, занимающее высокие должности, пьянство, геополитическую ситуацию в других странах и другие злободневные для советского обывателя темы. В предыдущие десятилетия не представлялось возможным публиковать настолько разоблачающие карикатуры, поэтому в период оттепели «Крокодил», известный и ранее, обрёл новую волну популярности.

К этому моменту телевидение набрало обороты: вещание осуществлялось по всей территории Советского Союза, а телевизор, как

источник информации, прочно закрепился в жизни граждан. Изобилие новых программ, производство которых со временем только увеличивалось, с помощью аудиовизуального воздействия выполняло сразу несколько функций: информационную, идеологическую, развлекательную, просветительскую и культурную. В зависимости от временного периода в телепередачах применялись разные символы, цветовые сочетания, архивные кадры, разные образы ведущих. Всё это в сумме создавало определённый эмоциональный фон, исходя из которого зритель понимал, как обстоят дела в стране.

При этом изначальный смысл, вкладываемый в динамический визуальный контент, не всегда совпадал с тем, как его воспринимало общество. Вспомним балет «Лебединое озеро», который не нёс в себе остросоциального или политического контекста, но стал символом тяжёлых изменений и вызывал всеобщую тревогу. Мы можем сделать вывод, что интерпретация событий во многом зависела не только от транслируемых образов, но и от ситуации, в которой они употреблялись.

Выводы. Визуальный контент оказывает значительное влияние на реципиента, сильнее погружает в процесс восприятия информации и усваивается значительно лучше, чем текст. В историческом контексте мы видим как менялись средства и техники визуального контента, зачастую менялись цели его использования, но основным оставалась его направленность на иллюстрирование важных для людей событий, явлений и тем так, чтобы это производило максимальный эффект на реципиента.

Источники и литература

1. Лавренова А. М. «Благонамеренный редактор»: карикатурист Н. А. Степанов в документах третьего отделения собственной его Императорского Величия канцелярии / А. М. Лавренова // Культурный код. – 2024. – № 4. – С. 130–138.
2. Никитина Е. Е. Способы иллюстрирования педагогических журналов для чтения второй половины XIX века / Е. Е. Никитина // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. – 2016. – № 2–4. – С. 115–124.
3. Середина Е. В. Элементы трагизма и комизма в политической карикатуре / Е. В. Середина // Научный журнал КубГАУ. – 2012. – № 79. – С. 606–618.

Роль фундаментальной и прикладной культурологии в формировании эффективной модели государственного управления

Н. Н. Ибрагимов,

*доктор политических наук, доцент кафедры государственной службы
и кадровой политики Академии государственного управления
при Президенте Азербайджанской Республики*

В статье рассматривается значение фундаментальной и прикладной культурологии для формирования эффективной модели государственного управления в условиях глобализации, цифровизации и культурной поляризации современного мира. Определяются методологические основания культурологического подхода, анализируется влияние ценностных и символических факторов на эффективность административных практик. Особое внимание уделяется роли культурной идентичности, культурной политики и механизмов культурной интеграции. На основе анализа отечественного и зарубежного опыта предлагаются направления внедрения культурологических принципов в государственное управление.

Ключевые слова: *культурология, фундаментальные исследования, прикладная культурология, культурная политика, государственное управление, культурная идентичность, эффективность.*

Введение. Современная эпоха характеризуется ускорением процессов глобализации, интенсификацией межкультурных взаимодействий и ростом социальной неопределённости. В этих условиях эффективность государственного управления всё в большей степени зависит не только от экономических и правовых инструментов, но и от способности учитывать культурные различия, ценностные ориентиры и социально-психологические особенности населения. Культурология как научная дисциплина интегрирует гуманитарное знание о закономерностях функционирования культуры и позволяет рассматривать государственное управление как особую форму культурного взаимодействия власти и общества. Разделение культурологии на фундаментальную и прикладную создаёт возможность не только теоретического осмысления феномена власти, но и практического применения культурных знаний в управленческой деятельности [2; 6; 7].

Результаты исследования. В мировой практике нарастает интерес к культурологическому анализу управления. Так, программы «мягкой силы» (soft power), культурной дипломатии и общественной консолидации показывают, что устойчивость государства напрямую связана с его культурным потенциалом. Следовательно, включение культурологических принципов в стратегию государственного развития становится важным условием успешной модернизации [4; 9].

Теоретико-методологические основания культурологического подхода. Культурологический подход рассматривает государство не только как политико-правовую структуру, но и как культурный организм, основанный на системе ценностей, символов и норм. Управление в этой парадигме понимается как процесс поддержания культурного баланса и воспроизводства идентичности.

Фундаментальная культурология создаёт философскую базу для анализа: она исследует понятия «культура», «цивилизация», «ценность», «традиция», «норма» [8]. Эти категории позволяют увидеть, каким образом культурные коды формируют политические институты и управленческие практики.

Методы культурологического анализа (герменевтика, структурно-семиотический, аксиологический и компаративистский) применяются для выявления символических оснований власти, особенностей политической коммуникации и соотношения между культурой общества и институциональной структурой государства [15].

Фундаментальная культурология и ценностные основы государственного управления. Фундаментальные культурологические исследования помогают понять, что любое государство функционирует в контексте определённой культурной матрицы, формирующей ментальность граждан и сам стиль администрирования [10; 11]. Например, в восточных культурах преобладает иерархичность и сакрализация власти, тогда как западные ориентируются на рациональность и контрактность общественных отношений [12; 14].

Фундаментальная культурология позволяет выявлять глубинные архетипы, на которых базируется легитимность власти. Эти архетипы определяют:

- отношение граждан к государству;
- восприятие справедливости и закона;
- доверие к институтам;
- готовность к участию в общественной жизни.

Таким образом, без понимания культурных оснований невозможно построить эффективную модель управления, устойчивую к кризисам и реформам [13].

Прикладная культурология в практике государственного администрирования. Прикладная культурология выполняет роль связующего звена между теоретическим знанием и практическими потребностями управления [15]. Её задачи включают разработку методик культурной экспертизы государственных программ, диагностику общественных настроений, прогнозирование социальных рисков и проектирование культурной политики.

В современной управленческой практике прикладная культурология применяется при:

- разработке концепций культурной политики регионов;
- формировании образовательных программ и гражданской идентичности;
- регулировании межнациональных отношений;
- продвижении культурных брендов страны за рубежом;
- построении диалоговых площадок между властью и гражданским обществом.

Таким образом, прикладная культурология обеспечивает культурную чувствительность государственного управления, повышая его адаптивность и эффективность.

Культурные факторы эффективности государственного управления. На эффективность государственного управления влияют культурные детерминанты, такие как ценностные ориентации населения, уровень доверия, коммуникативная культура и социальный капитал. Эти факторы определяют характер политического участия, мотивацию граждан и легитимность решений власти [5]. Например, исследования показывают, что реформы, не учитывающие традиционные ценности общества, часто вызывают сопротивление и социальные конфликты. В то же время проекты, основанные на уважении культурного многообразия и традиций, способствуют общественной консолидации. В контексте цифровой трансформации особое значение приобретает цифровая культура управления – способность государственных институтов использовать технологии с учётом этических и культурных норм [1; 3].

Культурологическая модель эффективного государственного управления. Культурологическая модель управления предполагает взаимодействие трёх уровней:

- 1) фундаментального – теоретическое осмысление культурных оснований власти и гражданского общества;
- 2) прикладного – реализация культурологических принципов в конкретных управленческих практиках;

3) институционального – закрепление культурных норм в правовой и организационной системе государства.

Такая модель обеспечивает устойчивость управленческих процессов, формирует доверие между обществом и властью, способствует выработке национальной идентичности.

Практическое внедрение культурологических принципов в систему государственного управления. На практике интеграция культурологических подходов реализуется в трёх направлениях.

1. Культурная политика государства. Современные государства развивают стратегию культурной политики, направленную на сохранение историко-культурного наследия, поддержку культурного разнообразия и формирование единого культурного пространства. На федеральном уровне эти функции реализуются Министерством культуры, а также общественными советами при органах власти.

2. Культурная дипломатия и международное сотрудничество. Программы международных обменов, фестивали, культурные центры при посольствах выполняют функции «мягкой силы». Они укрепляют позитивный имидж страны и создают доверие на межгосударственном уровне.

3. Культурная аналитика и образование управленцев. Внедрение культурологических курсов в систему подготовки государственных служащих повышает их способность к межкультурной коммуникации, развитию эмпатии и этического лидерства.

В международной практике такие подходы реализуются в Японии, Южной Корее, Канаде и странах ЕС, где культурная экспертиза является обязательным элементом при разработке стратегий регионального развития.

Выводы. Рассмотрение государственного управления через призму культурологии позволяет перейти от технократического понимания власти к её гуманитарной интерпретации. Культура выступает не просто контекстом управления, а его внутренним содержанием, задающим ценностные ориентиры, формы взаимодействия и критерии эффективности.

Фундаментальная культурология формирует мировоззренческую основу управления, выявляя архетипы и символические структуры, определяющие общественную динамику. Прикладная культурология переводит эти знания в язык практических действий – от разработки культурной политики до совершенствования управленческих технологий. Интеграция культурологических знаний в систему государственного управления позволяет:

- формировать стратегически устойчивое развитие;
- укреплять легитимность власти;
- обеспечивать культурную и гражданскую консолидацию общества.

Таким образом, культурологический подход становится действенным инструментом гуманизации государственного управления и повышения его эффективности в условиях глобальных трансформаций.

Источники и литература

1. Ананьев Б. Г. Культурология: учебное пособие / Б. Г. Ананьев. – Москва: Наука, 2005.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – Москва: Искусство, 1986. – 445 с.
3. Гирц К. Интерпретация культур / К. Гирц. – Москва: РОССПЭН, 2004. – 406 с.
4. Джанибеков Р. А. Интеграция культурологических знаний в государственное управление / Р. А. Джанибеков. – Баку: АГУ, 2020.
5. Инглхарт Р. Культурная эволюция: как меняются человеческие мотивации и как это влияет на мир / Р. Инглхарт. – Москва: Изд. дом ВШЭ, 2019. – 348 с.
6. Каган М.С. Философия культуры / М. С. Каган. – Санкт-Петербург: Питер, 1996.
7. Кребер А. Культура: критический обзор концепций и определений / А. Кребер, К. Клакхон. – Москва: Академический проект, 2021.
8. Лотман Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург: Искусство, 2001.
9. Петров А. А. Прикладная культурология в системе образования и управления / А. А. Петров. – Санкт-Петербург: Питер, 2016.
10. Смирнов В. И. Теория и практика государственного управления / В. И. Смирнов. – Москва: Юрайт, 2018.
11. Суровцева И. А. Культурологические основы государственного управления / И. А. Суровцева. – Москва: Логос, 2018.
12. Тойнби А. Постигание истории / А. Тойнби. – Москва: Прогресс, 1991. – 736 с.
13. Фролов С.С. Культура и государственное управление / С. С. Фролов. – Москва: РГУ, 2017.
14. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций и преобразование мирового порядка / С. Хантингтон. – Москва: АСТ, 2003. – 556 с.
15. Чернышева Е. В. Культура и власть: культурологический анализ политических институтов / Е. В. Чернышева. – Санкт-Петербург: РХГА, 2020.

Символическая корреляция архетипов Пути и Странника

Е. Г. Кокорина,

*кандидат культурологии, доцент, доцент кафедры
культурологии и социокультурного проектирования
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»*

В статье исследуется символическая и культурная корреляция двух взаимосвязанных архетипов: Пути и Странника. Опираясь на теоретические основы архетипических исследований в культурологии, автор рассматривает, как эти образы функционируют как взаимодополняющие структуры в мифе, литературе и современных культурных нарративах.

Ключевые слова: миф, теория архетипов, архетип, Путь, Странник, символическая корреляция.

Введение. Актуальность нашей темы обусловлена тем, что Путь рассматривается как универсальная метафора экзистенциального движения и трансформации, в то время как Странник воплощает человеческий импульс к исследованию, неопределенности и самопознанию. В рамках сравнительного анализа мы рассматриваем, как Странник активизирует Путь как поле смысла, а Путь, в свою очередь, определяет онтологическую и этическую основу опыта Странника.

Целью данной работы является выявление символической корреляции архетипов Пути и Странника. В качестве материала исследования выступает совокупность научных работ, анализ которых позволяет проследить взаимосвязь двух рассматриваемых архетипов с точки зрения культурологии. В рамках исследования мы обращались к таким методам, как метод систематизации, семиотический, системного культурологического анализа.

Результаты исследования. В культурологическом дискурсе архетипы служат повторяющимися смысловыми моделями, формирующими коллективное воображение и направляющими человеческое восприятие мира.

Среди наиболее распространенных архетипов – Путь и Странник – два взаимозависимых образа, встречающихся в мифологических, литературных и философских традициях [1; 4; 8].

Путь как символ олицетворяет порядок, направление и непрерывность; он обозначает экзистенциальную траекторию личности или коллектива.

Странник же, напротив, олицетворяет отклонение, движение и открытость неизвестному.

Взаимосвязь между этими архетипами отражает диалектическую природу человеческого опыта: стремление к стабильности и стремление к трансценденции. В то время как Путь задаёт структуру, внутри которой разворачивается опыт, Странник разрушает и переопределяет эту структуру посредством актов ухода и поиска [3].

Мы концептуализируем их взаимоотношения не как противопоставление, а как динамическую взаимодополняемость – архетипический диалог, формирующий культурные проявления путешествия и идентичности.

Архетип Пути восходит к ранним космологическим моделям – дорогам Солнца, Млечному Пути как небесному пути и ритуальным процессиям, символизирующим паломничество жизни [6]. Он представляет собой движение в упорядоченном космосе, согласующее индивидуальную судьбу с универсальным законом.

Таким образом, Путь воплощает телеологию и смысл: он предполагает, что каждый шаг соответствует невидимому порядку.

Архетип Странника, напротив, нарушает этот порядок. В мифологическом смысле Странник предстаёт как Одиссей, средневековый паломник или романтический изгнанник. Эта фигура характеризуется напряжением между принадлежностью и отчуждением.

В то время как Путь предписывает, Странник вопрошает. Современный культурный герой – от «Фауста» И. В. фон Гёте до «В дороге» Дж. Керуака – наследует этот архетип как символ экзистенциального поиска и духовной автономии.

С семиотической точки зрения, корреляция между этими архетипами отражает взаимодействие номоса (закона) и хаоса, структуры и опыта. Странник не может существовать без Пути, ибо движение предполагает ориентацию; однако Путь без Странника остается статичным, лишённым сознания [5].

Культурный диалог между Путём и Странником проявляется в повествованиях о путешествиях, паломничестве и изгнании.

Во многих традициях Путь выступает в качестве священной оси – пути инициации или преобразования. Странник становится субъектом этого преобразующего процесса, воплощая пограничное состояние между отпадением и прибытием.

В средневековой христианской символике, например, *via salutis* (путь спасения) и паломник как посредник вместе выражают связь между божественным законом и человеческими устремлениями [7].

Аналогично, в восточных традициях, таких как даосизм или дзен-буддизм, Путь (Дао) – это одновременно космический принцип

и личное путешествие к гармонии; Странник – тот, кто постигает его через отстранённость и созерцание.

Однако в модернизме соотношение меняется. Странник становится символом экзистенциальной фрагментации – архетипом отчуждения, а не трансценденции. Путь утрачивает свою сакральную телеологию и становится метафорой индивидуального смыслотворчества в мире, воспринимаемом как неупорядоченный.

Однако даже в постмодернистских нарративах Путь и Странник остаются неразделимыми. Их диалог превращается в герменевтический процесс: Путь как текст, а Странник – как читатель [2].

С точки зрения культурологии, Странник переопределяет Путь через нарративный опыт. Каждый шаг становится актом интерпретации – воссозданием смысла. Эта взаимозависимость предполагает, что архетипическая корреляция служит моделью культурного обновления: Путь сохраняет память о традиции, а Странник приносит энергию трансформации.

Выводы. Взаимосвязь между архетипом Пути и архетипом Странника представляет собой фундаментальную динамику человеческой культуры. Она выражает взаимодействие порядка и свободы, стабильности и движения, традиций и инноваций. В мифах и литературе эти архетипы создают общее символическое поле, посредством которого человечество артикулирует свою экзистенциальную позицию в мире.

Изучение их взаимосвязи углубляет наше понимание культурной эволюции как процесса постоянного баланса между преемственностью и изменениями. Путешествие Странника оживляет Путь, а Путь даёт Страннику смысловую основу. Вместе они образуют культурный архетип трансформации – вневременной диалог, который продолжает формировать как коллективное воображение, так и индивидуальное самосознание.

Источники и литература

1. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой / Джозеф Кэмпбелл. – Москва: РЕФЛ-бук, 1997. – 382 с.

2. Рикёр П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике / П. Рикёр. – Москва: Канон-Пресс-Ц: Кучково поле, 2002. – 623 с.

3. Элиаде М. Священное и мирское / М. Элиаде. – Москва: Изд-во МГУ, 1994. – 144 с.

4. Юнг К. Г. Архетипы и коллективное бессознательное / К. Г. Юнг. – Москва: АСТ, 2019. – 495 с.

5. Юнг К. Г. Архетип и символ. – Текст: электронный / К. Г. Юнг. – Москва: Ренессанс, 1991 // Обе пряжи: [сайт]. – URL: http://pryahi.indeep.ru/psychology/jungian/jung_01.html (дата обращения: 23.10.2025).

6. Юнг К. Г. Бог и бессознательное / К. Г. Юнг. – Москва: Олимп, 1998. – 480 с.

7. Юнг К. Г. Очерки по психологии бессознательного / К. Г. Юнг. – Изд. 2-е. – Москва: Cogito centre, 2010. – 350 с.

8. ЮНЕСКО / сост. И. Д. Никулин. – Москва: Международные отношения, 1991. – С. 290–302.

Культурная травма как постфеномен в контексте переходности

А. Д. Кучеренко,
магистрант 2 курса направления подготовки «Культурология»
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Е. Г. Кокорина — *научный руководитель,*
кандидат культурологии, доцент,
доцент кафедры культурологии и социокультурного проектирования
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

В статье рассматривается специфика культурной травмы как как постфеномена в контексте переходности. Анализируя различные аспекты явления транзитивности, автор выявляет, каким образом культурная травма является результатом кризиса в контексте переходности, а также сама может вызывать кризис не только на уровне индивида, но и в жизни социокультурной системы.

Ключевые слова: *транзитивность, переходная культура, кризис, культурная травма, посттравматический рост, социокультурная система.*

Введение. Актуальность нашей темы обусловлена тем, что весь XX в. и его рубежи сопровождалось множественными социокультурными кризисами. Обращение к переходным периодам в науке актуализируется после прохождения одного из них. Ещё с древнейших времен люди обращали внимание на транзитные состояния природы и социума. Изучение этой темы несмотря на значительное число имеющихся

научных и популярных изданий необходимо, так как система культуры всегда сталкивалась и будет сталкиваться с состоянием переходности. Любой переходный период несёт за собой последствия в виде травмы (личная психологическая трансформируется в коллективную культурную травму), и именно посредством анализа культурной травмы мы можем изучать её особенности и условия преодоления.

Целью данной работы является выявление специфики культурной травмы как транзитивного явления, постъявления в контексте переходности.

В качестве материала исследования выступает совокупность научных текстов о феноменах переходности, кризиса, культурной травмы. В рамках исследования мы обращались к таким методам, как систематизации, системный и структурно-функциональный.

Результаты исследования. Обращение к переходным этапам отмечается ещё в древнейших философских концепциях. Проблема переходности была предметом осмысления на протяжении истории развития научной мысли. Она связана с осознанием цикличной природы культуры, а также человеческой жизни. Важность этих идей в историческом контексте заключается в фиксации изменений состояний системы культуры в её развитии. Для переходного периода характерны крах предыдущего стабильного состояния системы, неопределённость, шаткость и неустойчивость [7, с. 23]. Также важным аспектом явления переходности является противоречивость состояния системы культуры.

Кризис способствует увеличению сложности и устойчивости к внешним воздействиям. Сущностными свойствами переходности являются крах предыдущего стабильного состояния системы, неопределенность, шаткость, неустойчивость и противоречивость состояния системы культуры.

Кризис способствует увеличению сложности и устойчивости к внешним воздействиям. Понятия переходного периода и кризиса не тождественны, кризис является точкой бифуркации, катализатором для системы культуры в условиях переходного периода и трансформаций её состояния. Каждый кризис может быть рассмотрен как уникальная, неповторимая ситуация [2].

Постъявления формируются в постпространстве, то есть пространстве после транзита, где складывается уникальная среда, которая преобразует устойчивые «единицы» культуры, а устаревшие «нули» отпадают.

Постъявления включают в себе инновации нового состояния порядка, к которому пришла система культуры. На их формирование влияет интенсивность и драматичность кризисных проявлений «внутри» переходного периода, то, насколько кризис был тяжёлым и затяжным.

Необходимость формулирования концепта постъявлений в контексте транзитивности связана с ситуацией, когда выработанная ранее терминология перестаёт соответствовать рождающемуся здесь и сейчас новому состоянию культуры, из которого будет выстраиваться уже новый тип культуры.

Возникновение культурной травмы, во-первых, является закономерным последствием происходящих событий и процессов в развитии системы культуры в условиях транзитивности; во-вторых, главным является не само событие, очевидцем которого стал индивид или общество, а бессилие этого индивида или сообщества перед воспоминаниями о травматичном прошлом [1, с. 44].

Культурная травма – это травма коллективная, которая определяет идентичность общества и способствует солидарности между индивидами. Культурная травма и травматизирующее событие – это не тождественные явления. Культурная травма – это и состояние, и процесс, который требует достаточно продолжительного времени и рефлексии со стороны общества. Культурная травма является результатом кризиса в контексте переходности, но и сама может вызывать кризис не только на уровне индивида, но и в жизни социокультурной системы [3, с. 350].

Психологические и социальные аспекты культурной травмы включают в себя такие формы переживания кризиса, как утрата идентичности, трансляция травмы последующим поколениям, неспособность забыть травмирующий опыт. Культурная травма неизбежно влечёт за собой смену культурных ориентаций и ценностей, что характерно для переходного периода [5]. Такие трансформации могут происходить достаточно болезненно, и этот опыт также может оказаться травмирующим фактором [4, с. 70]. Исследования посттравматического роста подчёркивают важность учёта культурных особенностей при анализе преодоления травмы и перехода к новому этапу развития.

Например, социокультурные нормы и ценности могут определять, как люди идентифицируют себя после травмы, как они ищут поддержку и как они находят новые смыслы в своей жизни. Успешный рост после травмы может зависеть от того, как люди воспринимают и взаимодействуют с культурными ресурсами и контекстами. Исследования в междисциплинарной области позволяют рассмотреть влияние искусства, литературы, музыки и других форм выражения на процессы посттравматического роста [6, с. 232].

Создание и потребление культурных продуктов может служить как средством выражения переживаний, связанных с травматическим опытом, так и способом исследования его новых смыслов и значений.

Выводы. Культурная травма является результатом некоего кризиса в контексте переходности, то есть выступать в качестве постфеномена, но и сама может вызывать кризис не только на уровне индивида, но и в жизни социокультурной системы. Таким образом, не обязательно быть очевидцем травмирующих событий, чтобы стать носителем культурной травмы, её можно «наследовать».

Один из эффективных способов переживания и преодоления травмы – это её актуализация в форме репрезентаций в произведениях искусства, динамично реагирующего на социокультурные аспекты переходности и кризисных явлений.

Источники и литература

1. Айерман Р. Культурная травма и коллективная память. – Текст: электронный / Рон Айерман // Новое литературное обозрение. – 2016. – № 5. – С. 42–54 // Журнальный зал. Русский толстый журнал как эстетический феномен: [сайт]. – URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2016/5/kulturnaya-travma-i-kollektivnaya-pamyat.html> (дата обращения: 11.10.2025).

2. Анатомия кризисов: монография / А. Д. Арманд, Д. И. Люри, В. В. Жерихин и др.; отв. ред. В. М. Котляков // РАН. Институт географии. – Москва: Наука, 1999. – 238 с.

3. Аникин Д. А. Руины прошлого: визуализация культурной травмы как социальный феномен / Д. А. Аникин // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. – 2021. – Т. 22, вып. 1. – С. 348–357.

4. Брызгалова А. Д. Представления о пост-явлениях в контексте транзитивности / А. Д. Брызглова // Молодая культурология: материалы VII студенческой научной конференции (г. Симферополь, 3–4 апреля 2024 г.). – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2024. – С. 70–72.

5. Головашина О. В. Как боль становится общей? Культурная травма как процесс. – Текст: электронный / О. В. Головашина // Studia Humanitatis. – 2018. – № 4. – С. 1–11 // Studia Humanitatis | Международный электронный научный журнал: [сайт]. – URL: <https://st-hum.ru/content/golovashina-ov-kak-bol-stanovitsya-obshchey-kulturnaya-travma-kak-process> (дата обращения: 11.10.2025).

6. Дрёмова Е. К. Проблема репрезентации травмы и роль искусства в свидетельстве невыразимого опыта / Е. К. Дрёмова // Художественная культура. – 2021. – № 3. – С. 220–241.

7. Кокорина Е. Г. Прологомены истории изучения транзитивности в культуре / Е. Г. Кокорина, А. Д. Брызгалова // МедиаВектор. – Новосибирск-Симферополь: Изд. АНС «СибАК», 2024. – Вып. 11. – С. 23–30.

Особенности и тенденции современных китайских и российских исследований даосской эстетики

Чжан Сяочжэнь,

аспирант направления подготовки «Теория и история культуры и искусства» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»

В статье рассматриваются особенности и тенденции исследований даосской эстетики в современном Китае и России, анализируются её теоретические новации, методологические различия и направления будущего развития, объединяющие культурные контексты и академические традиции обеих стран. Фокус внимания автора сосредоточен на кросскультурной интерпретации, практическом применении и теоретической реконструкции даосской эстетики в современную эпоху.

Ключевые слова: *даосская эстетика, сравнительное исследование Китая и России, кросскультурная интерпретация, минималистская эстетика, экологическая эстетика.*

Введение. Как современные китайские, так и российские исследования даосской эстетики основаны на современной трансформации традиционной философии, но их академические подходы существенно различаются. *Цель* данного исследования – открыть новую перспективу для китайско-российского эстетического диалога и способствовать творческой трансформации восточной мудрости в мировом академическом сообществе.

Результаты исследования. Исследования китайской даосской эстетики делают акцент на построении локальной системы дискурса, стремясь освободиться от парадигмы «интерпретации Китая через призму Запада» и вместо этого извлекать эстетические теории с национальными особенностями из таких категорий, как «гармония между человеком и природой» и «жизненная сила и дух» [1, с. 34–37]. Такие учёные, как Лю Дунфэн, предложили «эстетику простоты», объединив идею Лао-цзы о том, что «великий путь прост», с западной модернистской философией дизайнера «меньше значит больше», подчёркивая принцип простоты формы, наполненной глубоким смыслом [2, с. 91–98]. Сюй Фугуань в своей работе «Дух китайского искусства» систематически демонстрирует ключевое влияние даосской мысли на китайское искусство, рассматривая даосскую «пу-

стоту и покой» и «природу» как высшую сферу эстетической деятельности. Более того, работа Ван Кэпина «Дух китайской эстетики» ещё больше помещает даосскую эстетику в межкультурный диалог, подчёркивая её взаимодополняемость с конфуцианской «красотой гармонии» и жизненность «взаимодействия пустоты и полноты» в современном искусстве. В отличие от этого, российские исследования даосской эстетики больше фокусируются на восприятии и интерпретации культурных символов. Например, скульптура У. Вэйшаня «Благодатная пурпурная ци с Востока: Лао-цзы, покидающий перевал», представленная в Москве, стала значимым достижением Китайско-российского года культуры, передав философскую мысль Лао-Цзы о «Дао следует природе» через художественные образы. Российские учёные часто подходят к этой теме с позиций символической эстетики и экокритики, акцентируя внимание на критическом значении даосского «у-вэй» (недеяния) в контексте технологического отчуждения. Это согласуется с современным акцентом Китая на «экологической эстетике». Исследования обеих стран поднимают общий научный вопрос: как можно добиться творческой трансформации даосской эстетики в условиях напряженности между глобализацией и локализацией? Инновация заключается в преодолении единой культурной перспективы и раскрытии универсальной ценности даосской эстетики в преодолении кризиса современности посредством сравнения и взаимного обучения.

Что касается методов исследования, как китайские, так и российские учёные склонны отдавать предпочтение двустороннему взаимодействию теории и практики. Китайские исследования делают акцент на текстологическом анализе и теоретическом анализе, например на метафизической интерпретации «Дао» в «Дао дэ цзин» с точки зрения его сущности, формы и функции, а также изучают современное применение таких концепций, как «простота и естественность» и «возвращение к простоте», на примере городской ландшафтной архитектуры и дизайна логотипов [3, с. 58–61]. Например, вдохновение даосской эстетикой в дизайне местных брендов одежды отражается в «простой и естественной» графике и «сдержанном и элегантном» цветовом выборе, передавая символическое значение гармонии между человеком и природой посредством таких элементов, как круговые символы и чёрно-белые контрасты.

В то же время российская академия делает акцент на эмпирических данных и междисциплинарной интеграции. Например, в рамках исследования изучается визуальное выражение даосской эстетики через публичное искусство, такое как скульптура и архитектура, а

также анализируется корректирующее воздействие даосского «естественного бездействия» на психическое здоровье современных людей с использованием теорий экологической философии и психологии. Новизна исследований в обеих странах заключается в расширении даосской эстетики от философских спекуляций до конкретных социальных сфер: китайские учёные фокусируются на парадигме «простоты» эстетики дизайна, в то время как российские учёные склонны исследовать её экологические и этические ценности [4, с. 75]. Более того, исследование направлено на построение эстетической системы, учитывающей национальную субъективность, а основная задача – прояснить сходства и различия между даосской эстетикой и западной эстетикой (например, «Учением о середине» Аристотеля и даосской «гармонией»), а также подтвердить универсальность её теорий посредством сопоставления конкретных случаев.

Современные тенденции исследований свидетельствуют о том, что даосская эстетика в Китае и России переходит от теоретической интерпретации к практическому применению. Особенно на фоне экологического кризиса и технологического отчуждения даосская концепция «гармонии человека и природы» стала важнейшим ресурсом для решения дилемм современности. Китайские учёные, такие как Е Вэйлянь и Ли Цзэху, предложили эстетический путь «трансценденции», интегрируя даосский художественный дух с западной феноменологией. Российские учёные, напротив, используют даосскую «природную эстетику» для критики антропоцентризма, обеспечивая философскую основу для экологической эстетики. Однако исследования в обеих странах по-прежнему сталкиваются с трудностями: Китаю необходимо избегать замкнутости «самоповествования», в то время как России необходимо углубить интерпретацию основных даосских текстов. Дальнейшие исследования должны укрепить китайско-российский академический диалог, например, совместная реализация проекта «История восприятия даосской эстетики в славянской культуре» или изучение точек соприкосновения между даосской теорией «ци юнь» и русским символистским искусством [5, с. 71–81]. Только благодаря двусторонней интерпретации инновационное развитие даосской эстетики может быть по-настоящему реализовано.

Выводы. Хотя современные китайские и российские исследования даосской эстетики используют разные подходы, обе они нацелены на изучение современной ценности традиционной мудрости. Китайские исследования превосходят другие в теоретическом конструировании

и локализации, в то время как российские исследования фокусируются на символической рецепции и экокритике. Они дополняют друг друга в таких ключевых категориях, как «эстетика простоты» и «естественное недеяние». Дальнейшие исследования должны способствовать дальнейшему развитию кросскультурных методологий, используя сравнительный анализ и эмпирические примеры для содействия участию даосской эстетики в глобальном эстетическом диалоге, превращая её в духовный ресурс для решения дилемм современной цивилизации.

Источники и литература

1. 刘东风. 基于东西方文化背景的“简意美学”设计理念在当代室内设计中的应用研究[J]. 建筑与文化, 2020(09):34-37. DOI:10.19875/j.cnki.jzywh.2020.09.007. [Лю Дунфэн. Исследование применения концепции «эстетики простоты», основанной на культурном наследии Востока и Запада, в современном дизайне интерьера [J] // Архитектура и культура. – 2020. – № 9. – С. 34–37].

2. 张灵馨. 中国现代美学的早期建构与中国式审美现代性的初步探索[J]. 唐都学刊, 2025, 41(05):91-98. DOI:10.26969/j.cnki.cn61-1056/C.2025.05.013. [Чжан Линсинь. Раннее формирование современной китайской эстетики и предварительное исследование китайской эстетической современности [J] // Танду. – 2025. – № 41 (05). – С. 91–98].

3 张晶. 中华美学精神的独特意蕴[J]. 人民论坛, 2025(18):58-61. [Чжан Цзин. Уникальный смысл китайского эстетического духа [J] // Народный форум. – 2025. – № 18. – С. 58–61].

4. 魏晶晶, 王琳. 中国传统美学与城市景观设计思考[J]. 安徽农业科学, 2010, 38(13):70-76. DOI:10.13989/j.cnki.0517-6611.2010.13.013. [Вэй Цзинцзин, Ван Линь. Размышления о традиционной китайской эстетике и городском ландшафтном дизайне [J] // Аньхойский журнал сельскохозяйственных наук. – 2010. – № 38 (13). – С. 70–76].

5. 刘绍瑾. 道家美学的现代境遇与意义生发[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2019, 41(09):71-81. [Лю Шаоцзинь. Современные обстоятельства и значение даосской эстетики [J] // Журнал университета Цзинань (издание по философии и социальным наукам). – 2019. – № 41 (09). – С. 71–81].

Динамика семиосферы: факторы влияния

О. П. Шадиева,

*аспирант 3 курса направления подготовки
«Философская антропология, философия культуры»
ИГСУ «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»*

О. Н. Астафьева — научный руководитель,

*доктор философских наук, профессор
ИГСУ «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»*

Автор рассматривает актуальные проблемы динамики семиотики в условиях стремительного развития биологических и цифровых технологий, сопровождающих и трансформирующих ценности и смыслы в современном социокоммуникативном пространстве. Предлагается исследовать процессы смыслообразования в периоды социокультурной нестабильности на примере моделей визуализируемых семиотических цепочек, определить факторы влияния на семиотический потенциал человеческого бытия в целом.

Ключевые слова: *семиотика, динамика, личность, знак, код, смысл, искусственный интеллект (ИИ), технологии, семиотическая цепочка.*

Введение. Актуальность данной работы обусловлена тем, что в условиях цифровой трансформации общества методы познания, смыслообразования, осмысления и рефлексии относительно социально-культурных контекстов претерпели значительные изменения, что неизбежно затронуло процессы социализации, позиционирования и самореализации личности, порождая нетривиальные вызовы, с которыми сталкивается человек. В условиях актуальной современности активно развивается семиотика искусственного интеллекта (ИИ), генеративные модели, обученные на человеческой культуре, меняют семиосферу, становясь мощным генератором новых текстов и знаков, которые, в свою очередь, влияют на личность. Такая динамика культуры обуславливает необходимость поиска человеком устойчивых векторов в невероятном многообразии смыслов [1, с. 156–159]. В настоящее время, как подчеркивают разные исследователи, от человека требуется уже не только рефлексивное рассуждение, а «новая животность» – оперативная реакция, причем по не самим человеком выработанному алгоритму [6, с. 85].

Результаты исследования. Эволюция семиосферы претерпела разные этапы динамических изменений. Постепенная эволюция в фоновом режиме, выраженная в ритмических процессах: медленное накопление изменений, адаптация, уточнение кодов. Революционный сдвиг – иная форма развития семиозиса, обозначенная внезапной кардинальной сменой парадигмы, структуры, правил (появление книгопечатания, телефона, интернета, генеративного интеллекта). «Момент взрыва есть момент непредсказуемости [3, с. 108], открывающий широкий спектр возможностей, и одновременно, момент выбора из нескольких возможных путей развития. Динамическое развитие культуры сопровождается тем, что процессы постепенные и взрывные постоянно чередуются, обмениваются ресурсами.

Постоянное переход от процессов интеграции (упрощения, унификации) к дифференциации (усложнения, роста разнообразия) предполагают пульсирующую цикличность, пронизывающую и космические, и элементарные уровни. В исторической эволюции процессы переплетаются и действуют друг на друга, то ускоряя, то замедляя общее движение. Семиосфера то стремится к единому языку, то дробится на множество диалектов и субкультур.

Динамика семиосферы – это центральный вопрос для понимания семиотики как живой, а не статичной системы, элементы которой находятся в подвижном соотношении в условиях усложняющегося контекста. По Лотману, семиосфера – это универсум коммуникации, который постоянно трансформируется под воздействием внутренних и внешних напряжений. Исследуем внутренние факторы.

1. Диалог и перевод. Любая коммуникация – это перевод с одного языка на другой, будь то диалог между двумя людьми, двумя культурами или двумя субкультурами. В процессе перевода неизбежно происходит «приращение смысла» – рождается новое значение, которого не было в исходном коде. Перевод литературных произведений никогда не бывает точным, и порождает новые поэтические образы и интерпретации в принимающей культуре.

2. Взрыв. Как внезапное, непредсказуемое событие внутри семиосферы, которое радикально меняет её структуру и правила. Тотальная цифровизация, повлекшая за собой рождение новой смысловой множественности.

3. Центр – Периферия. Постоянное напряжение между устоявшимися, каноническими системами (центр) и маргинальными, новаторскими (периферия). Периферия является главным источником инноваций, со временем её элементы могут быть ассимилированы центром, обновляя его. Новаторская лексика интернета и социаль-

ных сетей постепенно проникают в литературный язык и официальные СМИ.

4. Автокоммуникация. Представляет собой процесс самоописания и саморефлексии, который, с одной стороны, завершает структурную организацию семиотической системы, с другой стороны, приводит к ее усложнению и созданию новых уровней смысла (написание истории философии, создание грамматики для разговорного языка, рефлексия над мемами внутри интернет-сообществ). Система обращается к самой себе, переосмысливая свои собственные коды и тексты.

Всякая культура начинается с разбиения мира на внутреннее («свое») пространство и внешнее («их»). Рассмотрим внешние факторы, оказывающие влияние извне на динамику семиотических систем.

1. Контакты с другими семиосферами. Можно рассмотреть эти контакты как встречу с иной культурой, созданной на «чужих» кодах. В начале диалог двух миров может привести к семиотический потрясению, в результате открывает новые смыслы и является мощным стимулом для развития, что приводит к усложнению идентичности – трансформируется картина мира становясь либо полифоничной, либо гибридной [2, с. 280]. Встреча двух цивилизаций приводит к взаимному обмену не только товарами, но и понятиями, текстами, культурными кодами.

2. Прогресс, технологическое развитие. Внедрение технологий меняют саму природу знака и скорость его обращения: переход от устной культуры к письменной; цифровизация и социальные сети, где знак (пост, мем) становится мультимодальным, клиповым и вирусным. Платформенные алгоритмы в соцсетях, рекомендательных системах стали активными кураторами и цензорами семиозиса. Они не просто передают сообщения, а формируют потоки, создавая множественность фильтров и новые «периферии». ИИ становится активным отправителем и транслятором текстов, влияет на динамику, генерируя огромные объемы контента для человеческого семиозиса. Постигая динамику культуры в условиях стремительного роста информации Ю. М. Лотман справедливо отмечает, что порой этот процесс сопровождается некорректными «переводами», подменяющими точные смыслы взрывами метафор [4, с. 38–45]. Гиперскорость и клиповость приводит к явлению «символического истощения» – знаки теряют глубину, не успевая обрасти сложными интерпретациями, и быстро сменяются новыми.

Культура динамична потому, что её фундаментальный механизм – семиозис – представляет собой бесконечную цепь интерпретаций [5, с. 232-233], где приращение смысла становится знаком для следу-

ющего, обеспечивая непрерывное самообновление культурного поля через коммуникацию – семиотическую цепочку, где знак доходит до адресата, наполняясь смыслом, проходя ряд преобразований. Механизм смыслопорождения в процессе коммуникации – живой диалог, протекающий в семиотическом поле культуры; именно в этом диалогическом акте – будь то столкновение индивидуумов, перевод между культурными кодами или взаимодействие человека и ИИ – происходит то самое «приращение смысла» по Лотману, которое и является двигателем динамики культуры, заставляя её постоянно совершенствовать себя.

Эволюция семиотических моделей представляет собой путь от статичных, структурных описаний знака (треугольник Г. Фреге, двусторонность знака у Ф. де Соссюра) к пониманию смысла как динамического процесса (Ч. С. Пирс, Р. Якобсон У. Эко, Ю. Кристева), нелинейного синергетического процесса в сложной открытой системе (О. Н. Астафьева, В. Г. Буданов, М. С. Каган), сетевого (В. Савчук) и со-творческого или гибридного процесса (Д. Серл, Ю. Афонин) в который сегодня вовлечены не только люди, но и технологии. В настоящее время стремительно развивается автономизация семиозиса посредством автономных и мета-семиотических моделей, где смыслы циркулируют и эволюционируют без человека, требуя новых инструментов для их декодирования и оценки.

Выводы. Динамическое развитие культуры сопровождается постоянным перемещением и обменом процессов внешних и внутренних, постепенных и взрывных, поскольку «смысловые токи текут не только по горизонтальным пластам семиосферы, но и действуют по вертикали, образуя сложные диалоги между разными ее пластами [3, с. 257]. Динамика семиосферы – это вечный танец порядка и хаоса, центра и периферии, взрыва и стабильности. Факторы влияния – силы, что выводят систему из равновесия, заставляя её постоянно совершенствовать себя, порождая новые смыслы в бесконечном диалоге.

Источники и литература

1. Астафьева О. Н. Гуманитарный дискурс Ю. М. Лотмана: семиотическая интерпретация динамики культуры / О. Н. Астафьева // Вопросы философии. – 2023. – № 6. – С. 156–159.

2 Астафьева О. Н. Динамика «полицелостности» современной культуры: инновационные практики взаимодействия / О. Н. Астафьева // Синергетическая парадигма. Синергетика инновационной сложности / под ред. В. И. Аршинова, О. Н. Астафьевой, Е. Н. Князевой. – Москва: Прогресс-Традиция, 2011. – С. 269–285.

3. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман // Семиосфера. – Санкт-Петербург, 2000. – 704 с.
4. Лотман Ю. М. Диалог на разных языках / Ю. М. Лотман // Лотман Ю. М. Непредсказуемые механизмы культуры. – Таллин: TLU Press, 2010. – С. 38–45.
5. Пирс Ч. С. Избранные философские произведения / Ч. С. Пирс. – Москва: Логос, 2000. – 411 с.
6. Тульчинский Г. Л. Смысл, субъектность и ответственность в цифровых коммуникациях / Г. Л. Тульчинский // Человек. – 2023. – Т. 34, № 3. – С. 74–93.

Механизмы конструирования региональной идентичности

И. А. Шонус,

соискатель ГБОУ ВО РК

«Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В настоящей статье автор анализирует теоретические основания и практические механизмы конструирования региональной идентичности. Особый фокус направлен на ситуацию этнокультурной сложности, где процесс идентификации осложняется наличием конкурирующих исторических нарративов и культурных традиций. Ключевым аналитическим инструментом выступает модель стратегий аккультурации Дж. Берри, позволяющая типологизировать сценарии развития региональной идентичности – от конфликтной гомогенизации до инклюзивного синтеза.

Ключевые слова: *региональная идентичность, культура, аккультурация, этнос, Крым.*

Ведение. В современном мире вопрос формирования идентичности приобретает многомерный характер. Это связано прежде всего с ускоряющимися процессами глобализации, медиатизации, цифровизации, которые радикально усложняют традиционные структуры самоопределения индивида. Одним из важных компонентов в структуре идентичности можно назвать региональную идентичность. В наиболее общем виде она представляет собой чувство принадлежности к территориальной общности, выраженное как субъективное, разделяемое членами сообщества переживание на основе привязанности к определенной территории, её культурному наследию, исторической судьбе, социаль-

но-экономическим особенностям и символическому капиталу. Она не является врожденной, а социально конструируется в процессе коммуникации и культурных практик.

Результаты исследования. Особенности конструирования региональной идентичности были изучены рядом исследователей. Фундаментальной в данном контексте можно назвать концепцию М. Хальбвакса [1], представившего регион не только в физическом, но и в ментальном пространстве, поддерживаемом общими воспоминаниями (реальными или мифологизированными) о ключевых событиях, героях, утратах и победах. Значительный вклад в изучение региональной идентичности внес Б. Андерсон. Его теория «воображаемых сообществ» [2] дает представление о регионе как о территории, конструируемой в процессе коллективного воображения, опосредованного культурой и коммуникацией. Э. Геллнер и Э. Хобсбаум [3] в теории модернизации показали, что национальные, и в частности региональные, идентичности часто являются продуктом эпохи модерна, а не уходящими в глубь веков сущностями. «Изобретённые традиции» (специфические праздники, фольклорные реконструкции, региональные костюмы) активно используются элитами для консолидации сообщества и легитимации социального порядка. С точки зрения П. Бурдьё [4], региональная идентичность – это продукт практик, позиций и ресурсов, формирующихся в поле производства регионального нарратива. Цель такого нарратива – навязать своё видение того, что значит быть представителем определенной территории. Одним из наиболее мощных инструментов в его понимании является габитус – система устойчивых диспозиций, приобретенных индивидом в процессе первичной и вторичной социализации в определенной социальной среде. Габитус структурирует восприятие мира, действия и практики человека. В региональном контексте габитус проявляется в особенностях диалекта/акцента, предпочтения в еде (региональная кухня), стиле одежды, праздниках, отношении к труду, природе, центральной власти, «чужим».

Габитус делает региональную идентичность телесной и неосознанной: люди часто не могут рационально объяснить, почему они чувствуют себя «коренными», но их действия и реакции на уровне привычек это демонстрируют. Габитус передается из поколения в поколение, воспроизводя региональную специфику.

Если говорить об отечественной практике, то весомый вклад в понимание региональной идентичности внес В. А. Тишков, подчеркивая ее множественную и ситуативную идентификации [5], Н. Ю. Замятина, трактуя региональную идентичность как овеществляющую субстанцию для разного рода социальных конструкций [6],

М. П. Крылов, определяя данное явление как «системную совокупность культурных отношений, связанную с понятием «малая родина» [7]. Проблематика региональной идентичности в российском научном сообществе легла в основу работ В. А. Ачкасова [8], А. С. Макарычева [9], Р. Ф. Туровского [10].

Вопрос изучения региональной идентичности становится еще более сложным, когда речь идет об этнически смешанном населении. Показательным в данном контексте является опыт Крыма, где исторические пласты разных культур создают богатую и многомерную основу для современной региональной идентичности. Так, влияние, в частности, греков служит ярчайшим примером глубокой исторической укоренённости одного из этнических компонентов в крымскую почву, где античное наследие заложило цивилизационный фундамент всего региона. Так, греческие топонимы, остатки винодельческой и сельскохозяйственной культуры, христианские традиции, восходящие к ранним византийским миссионерам, стали органичной частью крымского культурного кода, воспринимаемой даже теми, кто не отождествляет себя с греками. В этой связи процесс и результат взаимного приспособления групп различного культурного происхождения в рамках общего социального пространства непосредственно воздействует на то, как конструируется, переживается и изменяется чувство принадлежности к региону. Теоретическим конструктом здесь может выступать модели аккультурации Дж. Берри [11], позволяющая типологизировать возможные сценарии трансформации региональной идентичности под влиянием аккультурационных процессов.

Первой моделью выступает стратегия ассимиляции («плавильный котел»), где региональное сообщество ожидает от этнических меньшинств полного принятия доминирующих культурных норм, языка, поведенческих моделей, рассматриваемых как «истинно региональные». В этом случае региональная идентичность консервируется и упрощается, становясь этнокультурно гомогенной. Уникальные черты вновь прибывающих групп стираются. Вторая модель получила название «стратегия сегрегации», в рамках которой доминирующая группа стремится минимизировать контакты с другими культурными группами, ограничивая их доступ к ключевым социальным и символическим ресурсам региона. Это приводит к фрагментации региональной идентичности. Формируются параллельные, не взаимодействующие сообщества в одном географическом пространстве. Регион перестает восприниматься как единое целое, а региональная идентичность становится достоянием только титульной группы. Третья модель – стратегия маргинализации, в рамках которой культурные группы теряют связь со

своей исходной культурой, но не принимаются доминирующим региональным сообществом. Они оказываются в социально-культурном вакууме. Для региональной идентичности это наиболее деструктивный сценарий, ведущий к образованию «разрывов» в социальной ткани региона. Маргинализованные группы не являются ни носителями, ни со-творцами региональной идентичности, что создает почву для анемии, социального протеста и криминализации. И последняя, четвертая модель – стратегия интеграции, в рамках которой формируется адаптивная и устойчивая региональная идентичность. Доминирующее сообщество признает право других групп на сохранение культурной исключительности при условии принятия ими базовых правил проживания и лояльности региону. В результате региональная идентичность не размывается, а усложняется и обогащается.

Выводы. Процесс аккультурации выступает мощным социальным механизмом, опосредующим формирование и эволюцию региональной идентичности. Выбор той или иной стратегии аккультурации со стороны регионального сообщества и является, по сути, выбором модели будущего региона. Процесс аккультурации позволяет конструировать гибкую, но в то же время устойчивую региональную идентичность, которая способна стать ресурсом культурного развития.

Источники и литература

1. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / М. Хальбвакс; пер. с фр. и вступ. статья С. Н. Зенкина. – Москва: Новое издательство, 2007. – 348 с.
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / Б. Андерсон; пер. с англ. В. Николаева. – Москва: Кучково поле, 2016. – 416 с.
3. Геллнер Э. Нации и национализм / Э. Геллнер; пер. с англ. Т. В. Бердиковой, М. К. Тюнькино. – Москва: Прогресс, 1991. – 319.
4. Бурдьё П. Практический смысл / П. Бурдьё; пер. с фр.: А.Т. Бикбов, К.Д. Вознесенская, С.Н. Зенкина, Н.А. Шматко. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2001. – 562 с.
5. Тишков В. А. Очерки теории и политики этничности в России / В. А. Тишков. – Москва: Русский мир, 1997. – 532 с
6. Замятина Н. Ю. Территориальная идентичность: типы формирования и образы территорий / Н. Ю. Замятина // Идентичность как предмет политического анализа: сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции (ИМЭМО РАН, 21–22 октября 2010 г.). – Москва, ИМЭМО РАН, 2011. – С. 203–212.
7. Крылов М. П. Региональная идентичность в Европейской России / М. П. Крылов. – Москва: Новый хронограф, 2010 – 240 с.

8. Ачкасов В. А. Региональная идентичность в российском политическом пространстве: калининградский казус / В. А. Ачкасов // ПОЛИТЭКС: Политическая экспертиза. – 2005. – № 3. – С. 68–82.

9. Макарычев А. С. Регионализм глазами конструктивизма: агенты, структуры, типичности / А. С. Макарычев // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. – 2010. – № 3. – С. 137–150.

10. Туровский Р. Ф. Соотношение культурных ландшафтов и региональной идентичности в современной России / Р. Ф. Туровский // Идентичность и география в современной России. – Санкт-Петербург: Геликон Плюс, 2003. – С. 139–173.

11. Berry J. W. Acculturation as varieties of adaptation. In: Padilla AM, editor. Acculturation: Theory, models, and some new findings / J. W. Berry. – Boulder, CO: Westview, 1980. – P. 9–25.

Цифровые методы сохранения культурного наследия рукотворной бумажной вырезки Шаньдуна

Ян Юаньшуай,

*преподаватель, Циндао Хуанхай университет, Шаньдун, Китай;
аспирант ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»*

В условиях глобализации и цифровой технологической революции нематериальное культурное наследие, в том числе рукотворная бумажная вырезка Шаньдуна, сталкивается с кризисом существования: разрыв в передаче традиций из поколения в поколение, исчезновение контекстного окружения и ограничения в распространении. Одновременно цифровые технологии открывают исторические возможности для его возрождения и активизации.

Ключевые слова *бумажная вырезка Шаньдуна, материальное культурное наследие, цифровое существование, передача культуры, цифровые гуманитарные науки, медиа реконструкция.*

Введение. Бумажная вырезка Шаньдуна как выдающийся представитель искусства бумажной вырезки Северного Китая, со своей яркой региональной колористикой, изысканными композиционными технологиями и глубоким культурным содержанием, стала эстетическим

отражением и эмоциональным носителем сельского быта на землях Цилу (традиционное название региона Шаньдун). Бумажная вырезка Цзяочжоу (Шаньдун) обладает яркими региональными особенностями и глубоким историко-культурным наследием; ее уникальные визуальные символы и эстетическая ценность являются богатым материалом и источником вдохновения для создания цифрового медиаискусства [1, с. 96]. От простой и таинственной вырезки Гауми до деликатной и роскошной вырезки Дуньцзянь – орнаменты и узоры не только выполняют декоративную функцию, но и представляют собой «энциклопедию местных знаний», созданную с помощью ножниц вместо перьев. Однако с ускорением урбанизации китайского общества, что повлияло на традиционную аграрную цивилизацию, произошли изменения в сельской социальной структуре, сезонных ритуалах и образе жизни, на которые опирается искусство бумажной вырезки. Это привело к проблемам в передаче традиций: представители старшего поколения художников приближаются к пожилому возрасту, в то время как молодое поколение, из-за изменения образа жизни и сдвига эстетических предпочтений, не проявляет достаточного интереса к изучению и передаче традиционной бумажной вырезки.

Перед лицом этого кризиса существования бурное развитие цифровых технологий открыло ранее неизведанные исторические возможности. UNESCO еще в 2003 году в «Конвенции о защите нематериального культурного наследия» подчеркнуло важность использования цифровых средств для документирования и распространения [2, с. 82]. Быстрое развитие цифровых медиатехнологий открыло новые пути для сохранения и передачи искусства бумажной вырезки. Под «цифровым существованием» понимается не просто статическое «экземплярное» сохранение культурного наследия в цифровом формате, а его глубокое интегрирование в цифровую среду. За счет медиареконструкции, инноваций в повествовании и восстановления ценности наследие приобретает новую жизненную силу, влияние и творческий потенциал в новом социально-культурном пространстве, что обеспечивает парадигменный переход от «музейного сохранения» к «жизненной передаче традиций».

Цель данной статьи – исследовать разнообразные пути «цифрового существования» культурного наследия бумажной вырезки Шаньдуна и ответить на ключевой вопрос: как бумажная вырезка Шаньдуна, используя потенциал технологий, может преодолеть физические и культурные барьеры для эффективного сохранения, распространения и инновационного развития своих культурных генов?

Результаты исследования. Первоочередной предпосылкой цифрового существования является обеспечение безопасности и полно-

ты аутентичной информации о культурном наследии. Это наиболее фундаментальный и срочный «спасательный» путь, направленный на создание прочной ресурсной базы для всех последующих инновационных мероприятий.

Высокоточная цифровая сборка и архивация: с использованием передовых технологий, таких как высокоразрешительное сканирование, 3D-моделирование и многоспектральная визуализация, осуществляется всесторонняя и высокоточная цифровая сборка данных о классических и находящихся под угрозой исчезновения экземплярах бумажной вырезки Шаньдуна. Это позволяет не только документировать окончательную форму изделия, но и точно фиксировать текстуру бумаги, тонкие цветовые переходы, контуры прорези ножницами и силу реза ножом, в результате чего создается «цифровой двойник» (digital twin), превышающий физическую долговечность. Например, микровероятностная сборка данных о «зубчатых узорах» в вырезке Гауми представляет ранее неизведанные научные основания для исследования уникальных технологий резки.

Панорамная документация живой культуры: значение бумажной вырезки заключается не только в самом изделии, но и в «живом» культурном процессе, стоящем за ним. Необходимо использовать технологии сверхвысокого разрешения видеосъемки и 360-градусной панорамной VR-визуализации для полной документации всего технологического процесса Творчество у выдающихся наследников традиций – от выбора бумаги, нанесения эскиза, резки и гравировки до обработки дымами и клепания.

Одновременно с этим проводятся глубинные интервью с художниками для документирования их творческих концепций, устных предписаний, историй и табу, связанных с конкретными фольклорными обычаями (например, свадебными ритуалами, праздником Весеннего Нового года), что приводит к формированию «цифровой архивной системы нематериального культурного наследия», объединяющей визуальную, аудио и текстовую информацию.

Метадатная индексация и формирование знаний графов: на основе собранных данных осуществляется научная метадатная индексация – например, указание названия изделия, регионального направления, автора, года Творчество, использованных символов (рыба, лотос, гранат и т.д.), фольклорного контекста, культурного значения и т.д. Далее, с использованием технологии знаний графов (knowledge graph), эти дискретные точки данных объединяются в сети, наглядно демонстрируя связь между символом «рыбы, играющей в лотосе» и свадебны-

ми ритуалами, концепциями многодетности. Это превращает архив из хранилища в «базу знаний», поддерживающую глубокое изучение и интеллектуальную ассоциацию.

Среднеуровневые пути: от статического к живому – обеспечение «иммерсивного распространения» культурного содержания.

На основе базового архива ключевым элементом цифрового существования является «активизация», то есть преодоление статического характера демонстрации культуры бумажной вырезки и достижение контакта с публикой (в первую очередь с молодым поколением) посредством более эмоционально насыщенных, интерактивных и современных форм.

Иммерсивное повествование: от оконных наклеек к виртуальному миру.

С помощью цифровых технологий двумерное плоское повествование бумажной вырезки может быть преобразовано в трехмерный иммерсивный опыт.

Динамизация и анимационное повествование: оживление персонажей бумажной вырезки (например, свадебной процессии в сюжете «Ведение невесты мышкой») с использованием 2D- и 3D-анимационных технологий для восстановления полных фольклорных историй, превращение статических благозначительных символов в живую визуальную историю.

VR/AR/MR-реконструкция сцен: с использованием виртуальной реальности (VR) пользователи могут «попасть» в традиционный двор Шаньдуна, полностью состоящий из элементов бумажной вырезки, и лично наблюдать процесс приклеивания оконных наклеек в период Весеннего Нового года. С помощью дополненной реальности (AR) при сканировании изображений бумажной вырезки в учебниках или на плакатах с помощью мобильного телефона на экране отображается динамическая сцена «Карп, прыгающий через драконские ворота», сопровождаемая аудиокомментарием, что обеспечивает мультимедийную передачу культурных знаний.

Социальная коммуникация: от витринных экспозиций к моде на пальцах. Цифровое существование невозможно без интеграции в современные формы общения и образ жизни людей.

Возможности социальных медиа и формирование сообществ: создание официальных аккаунтов «Бумажная вырезка Шаньдуна» в платформах Douyin, Xiaohongshu и т. д. для публикации коротких видеороликов, демонстрации процесса Творчество, раскрытия смысла культурных символов и проведения конкурсов «Моя история бумажной вырезки». Это превращает культурное распространение в легкое и

интересное социальное взаимодействие, способствуя формированию онлайн-сообществ фанатов.

Сотворчество вместе и UGC (User-Generated Content): разработка простых фильтров в стиле бумажной вырезки или онлайн-инструментов для дизайна, позволяющих пользователям выбирать шаблоны бумажной вырезки в стилях Гауми, Дуньцзянь и других направлений, самостоятельно создавать простые цифровые изделия и делиться ими. Такая культура участия с низким порогом входа значительно активизирует творческий интерес публики и чувство принадлежности к традиции.

Верхнеуровневые пути: от сохранения к инновации – продвижение «активизации отрасли» культурной ценности.

Конечной целью цифрового существования является творческая трансформация и инновационное развитие культурной ценности в современной социально-экономической системе, формирование положительного цикла самообеспечения.

IP-развитие и производство культурно-творческих товаров: осуществление цифровой регистрации прав на IP-активы и разработка классических узоров бумажной вырезки Шаньдуна (например, «Кирин, несущий ребенка», «Ворона на ветке сливы»). В сотрудничестве с дизайнерами, студиями анимации и игровыми компаниями данные культурные символы лицензируются или переосмысливаются для применения в цифровых обоях, обоях для приложений, стикерах WeChat, игровых сценах, костюмах анимационных персонажей и т. д., что позволяет бумажной вырезке в форме «лёгких активов» проникнуть во все сферы цифровой жизни.

Интеграция в цифровую экономику и развитие новых видов деятельности.

Исследование цифрового искусства и NFT: уникальные экземпляры бумажной вырезки или оригинальные цифровые восстановленные изделия могут быть преобразованы в NFT (невзаимозаменяемые токены) и проданы на рынке цифрового искусства. Это открывает новые источники дохода для наследников традиций и наделяет коллекционные предметы редкостью и доказательством права собственности в цифровую эпоху.

Поддержка онлайн-образования и монетизация знаний: разработка систематизированных онлайн-курсов по бумажной вырезке, где наследники традиций лично ведут обучение в формате прямых эфиров или записанных лекций для любителей со всего мира. Это не только преодолевает географические ограничения и увеличивает число наследников, но и формирует модель монетизации знаний «Передача

мастерства + Объяснение культуры», напрямую поддерживающую общество наследников.

Инновация в собственной основе: возникновение цифрового оригинального искусства.

Наивысший уровень цифрового существования – это формирование новых художественных форм на основе логики цифровых технологий. Это не просто «копирование», а «творчество».

Генеративное искусство: разработка алгоритмических программ, где закономерности композиции и особенности узоров бумажной вырезки Шаньдуна выступают как параметры. Компьютер генерирует бесконечное количество новых «бумажных вырезок», сочетающих традиционный дух и цифровую эстетику, которые могут быть использованы в современном дизайне.

Интерактивные цифровые установки: создание крупных интерактивных установок в музеях или общественных пространствах. Когда посетитель проходит мимо установки, проекция на стене в реальном времени генерирует и опускает виртуальные цветы в форме бумажной вырезки в зависимости от движений человека. Это обеспечивает мгновенное и поэтическое взаимодействие человека с традиционной культурой и представляет собой саму «цифровую оригинальную» бумажную вырезку.

Проблемы и размышления: охрана души культуры в эпохе технологического фанатизма.

При современном развитии искусство бумажной вырезки Дунцзянь сталкивается с двойным вызовом: разрывом в передаче традиций и ослаблением идентичности. Для реальной интеграции этого культурного гена в современную жизнь необходимо начинать с повседневной жизни людей и формировать практические и устойчивые пути передачи традиций [3, с. 43]. При внедрении цифровых технологий необходимо сохранять здравый смысл культурной самосознательности и остерегаться возможных опасностей.

Риск «флэттинга» (упрощения) культурного содержания: в стремлении к визуальным чудесам и эффектам распространения легко упростить глубокое культурное значение бумажной вырезки до поверхностных визуальных символов, что приведет к потере ее духовной основы.

Потеря «субъективности» при доминировании технологий: необходимо четко понимать, что технологии – это инструмент, а наследники традиций – субъект культуры. Любой цифровой проект должен быть сосредоточен на наследниках, гарантируя их право на информирование, участие и получение выгод, чтобы они не стали простыми орудиями технологий.

«Цифровая пропасть» и маргинализация наследников: многие старшие художники не владеют цифровыми технологиями, что может привести к их маргинализации в процессе цифровизации. Поэтому необходимо создать эффективные механизмы «технического перевода» и сотрудничества, позволяющие наследникам руководить процессом интерпретации культуры.

Выводы. Цифровое существование культурного наследия бумажной вырезки Шаньдуна представляет собой многоуровневый и систематический эволюционный процесс. Он начинается с базового цифрового архивирования, создавая безопасный «цифровой арк» для культурных генов; далее, посредством иммерсивного повествования и социальной коммуникации преодолеваются временно-пространственные барьеры, давая новой жизни древнему искусству в современном обществе; конечная цель – активизация отрасли и инновация в собственной основе, придающая новую жизненную силу в цифровой экономике и даже порождающая новые художественные формы.

Сущность этого пути – глубокая «медиаареконструкция». Бумажная вырезка Шаньдуна постепенно переходит от «медиабумаги» к бескрайнему пространству «цифровых битов». В этом процессе необходимо не только умело использовать инструменты технологий, но и сохранять душу культуры, находя баланс между виртуальным и реальным, традицией и инновацией, сохранением и развитием. В конечном итоге это должно помочь древнему искусству бумажной вырезки Шаньдуна – ручному потоку, родившемуся в деревушках, – успешно слиться с океаном цифровой цивилизации и продолжать сиять своими уникальными восточными мудростью и эстетическим сиянием в новом временно-пространственном измерении.

Источники и литература

1. Лу Ч. Применение элементов искусства бумажной вырезки Цзяочжоу (провинция Шаньдун) в курсах цифрового медиаискусства в условиях искусственного интеллекта / Ч. Лу // Информация о бумажной промышленности. – 2025. – № 9. – С. 96–97.
2. Гэн С. Ю. Защита и передача традиций искусства бумажной вырезки как нематериального культурного наследия в контексте цифровых технологий / С. Ю. Гэн // Журнал Уханьского института управления металлургией. – 2025. – Т. 35, № 3. – С. 81–86.
3. Цюй С. С. Цифровая разработка и живая передача традиций бумажной вырезки Дунцзянь / С. С. Цюй // Промышленность сетчатой печати. – 2025. – № 7. – С. 43–45.

**СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО
И ЕГО МНОГОМЕРНОСТЬ**

История становления и формирования жанра мюзик-холл

О. И. Белова,

*магистрант 3 курса направления подготовки «Хореографическое искусство»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

О. М. Минина — научный руководитель,

доцент, заведующая кафедрой хореографии

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Статья посвящена истории становления жанра мюзик-холла, начиная с его появления в XIX веке в Европе и заканчивая современными формами. Анализируется влияние исторических, социальных и культурных факторов на развитие и формирование этого жанра. Особое внимание уделено значимости мюзик-холлов в искусстве и развлечениях Европы и России.

Ключевые слова: *мюзик-холл, кафе-концерт, вальете, театр, шоу-ревью, культура.*

Введение. Мюзик-холл – это эстрадный театр, дающий музыкальные представления, состоящие из самостоятельных номеров разного жанра.

Мюзик-холл зародился в Европе в XIX веке и стал важным культурным феноменом, особенно популярным в Великобритании и Франции. В буквальном переводе «мюзик-холл» означает «музыкальный зал», то есть зал, где проводятся концерты. Однако термин «мюзик-холл» в гораздо большей степени определяет сам характер музыкальных представлений, тесно связанных с традицией принятия пищи, будь то дешёвая таверна или роскошный ресторан.

Можно сказать, что мюзик-холл – это род популярных развлечений, сопровождающих трапезу. В своем простейшем виде мюзик-холл представляет собой сборный концерт, где участвуют певцы, танцоры, жонглеры, акробаты, фокусники, которые выступают на сцене, в то время как публика, расположившись за столами, внимает их искусству.

Результаты исследования. Одна из версий возникновения понятия «мюзик-холл» относится к концу XIX века, когда открылся один из самых знаменитых театров Франции – «Олимпия». Его первым директором был мсье Оллер, обладавший гениальным коммерческим чутьем. Желая сыграть на военно-политическом союзе французов с Англией и Россией, он сконструировал английское слово – мюзик-холл. Из двух самостоятельных слов, имеющих конкретный смысл и значение, получилось третье, не имевшее никакого смысла, но отныне предназначенное для того, чтобы обозначать им представление невиданного до тех пор направления и стиля [4, с. 5]. Это был блистательный набор аттракционов, следующих друг за другом без малейшей внутренней или внешней связи в единственном стремлении – развлекать. «Олимпию» охотно посещали иностранцы, но слово «мюзик-холл» у них не приживалось. Американцы называли мюзик-холльное действие бурлеском, англичане – театром варьете. И только парижане продолжали пользоваться этим таинственным и загадочным английским словом. Прошло много лет, и после второй мировой войны, в середине 50-х годов, американцы и англичане приняли значение этого термина [2, с. 117].

Первые предшественники будущего мюзик-холла появились в Лондоне в середине XIX века. Они были местами развлечения для рабочего класса, предлагали дешевый вход и разнообразную программу, включающую музыку, танцы, комедии и цирковые номера. Одним из первых известных заведений был The Canterbury Hall (Кентерберри Хол), открытый в 1852 году, на территории бывшего сада Crystal Palace, построенного специально для Всемирной выставки 1851 года. Первоначально сад использовался для организации музыкальных представлений и танцевальных вечеров, привлекавших большое количество зрителей. Вскоре было принято решение построить специальный зал для театральных постановок и концертов, который получил название Canterbury Hall. Зал представлял собой просторное помещение с высокими потолками и богато украшенными стенами. Интерьер отличался роскошью и элегантностью, что соответствовало высоким стандартам викторианских театров. Посередине зала располагалась сцена, окружённая несколькими уровнями лож и балконов, откуда зрители могли наблюдать за представлением.

В течение своего существования Canterbury Hall принимал разнообразные спектакли, оперы, музыкальные представления и танцы. Среди наиболее известных артистов, выступавших на сцене театра, были знаменитые актёры и певицы того времени, такие как Генри Ирвинг и Эллен Терри. Театр также активно участвовал в культурной жизни Лондона, организуя благотворительные мероприятия и фестивали искусств. Canterbury Hall оказал значительное влияние на развитие английского театра и развлека-

тельных мероприятий, что способствовало популяризации театрального искусства и привлечению внимания публики к культурным событиям.

Во Франции аналогичные заведения назывались *café-concert* («кафе-концерт»). Первое известное заведение подобного плана открылось в Париже в 1855 году и называлось *Eldorado*. Эти места быстро стали популярными среди парижской публики благодаря своему непринужденному стилю и доступности. Французский кафе-концерт *Eldorado* занимает особое место в истории парижской ночной жизни и культуры Франции второй половины XIX века. Это заведение стало одним из символов золотого века парижских кафе-концертов и варьете, оставаясь важным элементом городской инфраструктуры Парижа вплоть до первой половины XX века [1, с. 156–157].

Его программы включали комедии, оперетты, костюмированные вечера и маскарады, что сделало его любимым местом для празднеств и веселья. Эти события становились настоящими социальными событиями, собирающими тысячи гостей.

К концу XIX века мюзик-холлы достигли пика своей популярности. Они распространились по всей Европе, включая Германию, Италию и Испанию. В каждой стране формировались свои уникальные стили и жанры выступлений. Например, в Германии популярностью пользовались политические сатиры и социальные комментарии, тогда как в Италии преобладала оперетта и народные песни.

В XX веке мюзик-холлы начали меняться под влиянием кинематографа и радио. Многие артисты перешли на новые медиа, и залы потеряли свою массовость. Однако некоторые традиционные формы сохранились, трансформировавшись в современные театральные постановки и музыкальные спектакли.

Одним из ярчайших примеров немецкого мюзик-холла является *Friedrichstadt – Palast*. Расположен в самом сердце Берлина и является крупнейшим и старейшим музыкальным театром Европы. Его история началась в 1919 году, когда театр впервые открыл свои двери публике. За прошедшие десятилетия *Friedrichstadt-Palast* пережил многочисленные преобразования, став свидетелем важнейших изменений в немецкой культуре и обществе.

Театр возник в период Веймарской республики, когда Берлин был признанным центром европейской культуры и развлечений. Изначально здание использовалось для показа фильмов и оперетт, но со временем оно превратилось в площадку для больших массовых зрелищ и крупных театральных постановок. Своё нынешнее название *Friedrichstadt-Palast* приобрёл в 1920-е годы, подчеркивая связь с историческим районом Фридрихштадт.

За долгие годы существования Friedrichstadt-Palast сменил множество форматов и жанров. Сначала здесь шли преимущественно комедийные пьесы и водевили, позднее появились масштабные мюзиклы и ревю-шоу. Особенно популярными стали грандиозные танцевально-музыкальные программы, которые прославились великолепием декораций, яркой хореографией и оригинальными сюжетами.

Одним из ключевых элементов успеха Friedrichstadt-Palast стала способность адаптации к требованиям времени. Во времена нацистского режима театр выступал в качестве пропагандистской площадки, демонстрируя патриотические и националистические спектакли. После войны он вновь вернулся к своим традиционным функциям, представляя широкий спектр развлекательных программ.

Сегодня Friedrichstadt-Palast остается ведущим театром Германии, ежегодно принимая миллионы туристов и местных жителей. Благодаря постоянному обновлению репертуара и внедрению инновационных технологий театр сохраняет свою привлекательность и привлекает внимание зрителей всего мира.

Его выдающиеся художественные достижения отмечены многочисленными наградами и признанием критиков. Постановки, такие как «Weisse Nacht» («Белая ночь») и «Melodie der Welt» («Мелодия мира»), получили признание как шедевры современного театра.

Таким образом, Friedrichstadt-Palast представляет собой уникальное явление в мире театра и развлечений, символизируя творческий потенциал и разнообразие немецкой культуры.

Еще один действующий знаменитый мюзик-холл Западной Европы, прославившийся своими экстравагантными шоу-кабаре и яркими костюмированными представлениями – Мулен Руж. Открытый в 1889 году до сих пор является символом Парижа и французской культуры.

Что касается отечественного мюзик-холла, то здесь стоит отметить «Музыкальный театр им. Ф.И. Шаляпина», до 2023 года называвшийся Ленинградский мюзик-холл, Санкт-Петербургский мюзик-холл. Впервые тот самый «театр радости» открылся в 1928 году, но в 1937 году был закрыт, как носитель буржуазного искусства. В 1966 году был датирован приказ о возрождении Ленинградского мюзик-холла, художественным руководителем которого стал И. Я. Рахлин [3]. Прослужив на данной должности более 30 лет, Илья Рахлин поставил более 20 совершенно оригинальных программ (спектакли, ревю, шоу, мюзиклы). В настоящее время несмотря на то, что здание аудитории Народного дома, построенное в 1912 г., в котором располагается Музыкальный театр им. Ф. И. Шаляпина, находится на реконструкции, театр продолжает свою работу, принимая своих зрителей в ДК Ленсовета, ДК им.

Горького, Большом и Малом зале Филармонии, концертном зале Мариинского театра и других концертных площадках Санкт-Петербурга.

Выводы. Сегодня мюзик-холлы продолжают существовать в разных формах, сохраняя дух развлекательных представлений прошлого, активно используют цифровые технологии (использование LED-экранов, интерактивных элементов сцены, виртуальных декораций и спецэффектов) для улучшения качества представлений. Некоторые из них превратились в туристические достопримечательности, привлекающие зрителей со всего мира.

Мюзик-холл прошел долгий путь от простых народных развлечений до культурных символов Европы и России, оставаясь важной частью истории искусств.

Источники и литература

1. Конников А. Мир эстрады / А. Конников. – Москва: Искусство, 1980. – 272 с.
2. Рахлин И. Всегда со мной / И. Рахлин. – Санкт-Петербург: ГПП имени Ивана Федорова, 1993. – 160 с.
3. Рахлин Илья Яковлевич // Личности Петербурга: [сайт]. – URL: <http://www.ceo.spb.ru/rus/theater-cinema/rahlin.i.y/index.shtml> (дата обращения: 28.11.2025).
4. Хайченко Е. Г. Викториаство в зеркале мюзик-холла / Е. Г. Хайченко. – Москва: ГИТИС, 2009. – 281 с.

Влияние урбанизации на развитие стиля экспрессионизм

И. Н. Бондаренко,

*ассистент кафедры изобразительного и декоративного искусства
ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет имени Февзи Якубова»*

В статье рассматривается влияние индустриализации и урбанизации на развитие стиля экспрессионизм в Германии начала XX века, дана общая характеристика стиля и его исторические предпосылки. На примере картин художников-экспрессионистов анализируются характерные образы, приемы, техники для изображения пространства города и его жителей.

Ключевые слова: экспрессионизм, урбанизация, индустриализация, пейзаж, город, живопись.

Введение. Экспрессионизм как направление сформировался в первой трети XX века в Австрии и Германии. Этот период связан с серьезными изменениями в политической, экономической сфере, масштабными катаклизмами, стремительно меняющимся привычным укладом жизни: война, индустриализация, всеобщая миграция. В результате, как реакция на эти события, постепенно сформировалось новое течение в искусстве – экспрессионизм.

Изначально экспрессионизм проявился в визуальных видах искусства – живописи и кинематографе, однако в дальнейшем были затронуты и остальные виды искусства, такие как музыка, литература, театр, балет. Предпосылки для возникновения экспрессионизма можно проследить и до начала XX века, однако, официальной точкой отсчета принято считать 1905 год, когда группа студентов архитектурного отделения Высшего технического училища в Дрездене основала первое экспрессионистское объединение – «Мост» (Die Brücke) [1, с. 29]. Примечательно, что термин «экспрессионизм» возник годами позже, однако основа для развития стиля была заложена уже тогда.

Название стиля экспрессионизм («expressio» – (лат.) «выражение») включает в себе основную идею и смысл направления. Именно выражение чувств стало основой искусства экспрессионистов: выражение эмоций, боли, страха, радости, аффекта, субъективной позиции художника. Субъективность – это важнейшая черта экспрессионизма, субъективное переживание художника в этом стиле доминировало над эстетическими канонами, сложившимися к тому времени. Искусство экспрессионизма отображало не объективную реальность, а реальность сквозь призму индивидуального опыта художника [3, с. 73].

Поскольку возникновение экспрессионизма явилось реакцией на катаклизмы, потрясения, рушащийся окружающий мир, он по большей части освещал тяжелые человеческие переживания: тревогу о будущем, страх перед новой реальностью, боль утраты, предчувствие катастрофы, одиночество, разочарование и т.д. Для этого художники искали новые выразительные средства, образы и техники – любые способы для сильнейшего эмоционального воздействия на зрителя. В картинах появлялись изогнутые, ломаные формы, искаженные фигуры и пространство, яркие и неестественные цвета.

Основными темами экспрессионизма стали: война, религия, секс, жизнь и смерть, человек и его место в мире. Главный герой картин экспрессионистов – одинокий и напуганный человек в опасном, меняющемся, давящем мире.

Результаты исследования. Полноправным героем работ экспрессионистов стал город. Благодаря индустриализации и, как следствие,

урбанизации, мир развивался и менялся в невиданном ранее для человека темпе. Население городов росло, устройство менялось, увеличивалось количество фабрик. Город стал особым пространством, он изобразался чужеродным, холодным, мрачным, источником опасности. Город в произведениях художников мог как служить фоном для работы, так и выходить на передний план, как полноценный персонаж. В картине Макса Бекмана «Железный мост» почти всю площадь картины занимают атрибуты городского пейзажа: дома, дымящиеся трубы фабрик, провода, грубый и холодный мост. Лишь в нижней части картины мы видим несколько человеческих фигур, художник изображает их крохотными, наподобие муравьев, намеренно создавая контраст с огромными металлическими конструкциями и зданиями, визуально достигающими пространства неба.

Здания в городских пейзажах экспрессионистов представлены гигантскими, бесконечными, нагроможденными друг на друга. Они создают впечатление подавления личности и воли людей, располагаются тесно друг к другу, и одновременно устремляются в высоту, создавая ощущение замкнутости и тесноты. Это ощущение дополнительно усиливается узкими извилистыми улицами. Важной чертой этих картин является зачастую отсутствующее или сливающееся с общим фоном небо, что также подчеркивает «давящую» атмосферу мегаполиса, например, в картине Эрнста Л. Кирхнера «Улица в Дрездене» [2, с. 23]. В работе Георга Гросса «Столица» не только отсутствует небо, но и весь фон, все пространство целиком состоит из стен и окон.

Изображая город, экспрессионисты использовали характерные для себя цветовые решения: насыщенные, резкие, цвета, создающие впечатление агрессии и сюрреалистичного пространства бесконечных улиц, напоминающих театральные декорации. Так, например, в картине Марианны Веревкиной «Аве Мария» мы видим улицу, подсвеченную «ядовитыми» пурпурными, синими, фиолетовыми, желтыми оттенками.

При просмотре урбанистических пейзажей экспрессионистов у зрителя неизбежно формируется ощущение хаоса. Человеческие фигуры бесцельно движутся во все стороны, дома нагромождены один на другой, количество фигур невозможно сосчитать, они сливаются в единую массу. При взгляде на картину Георга Гросса «Мегаполис» создается впечатление, что люди карабкаются по головам друг друга, ощущение хаоса добавляют надписи, рекламные вывески. Вся картина производит впечатление броуновского движения: пространство города представляется бескрайним, машины визуально кажутся едущими сквозь толпы людей.

Рассматривая картины экспрессионистов, где толпы людей скитаются по улицам мегаполисов, невозможно не заметить еще одну характерную черту – то, как изображены лица людей. Это не отдельные живые люди, а безликая толпа. Они визуально сливаются в бесформенную массу, одна фигура условно перетекает в другую, лица не имеют отличительных черт. Зачастую мы видим, что лица могут быть вообще не прорисованы или напоминают гротескную театральную маску, но не живого человека. Эдвард Мунк в своей картине «Рабочие на пути домой» изобразил на переднем плане людей с пустыми черными глазами, это еще один частый прием экспрессионистов. Отсутствующий взгляд как бы подчеркивает обезличенность этой толпы. У фигур на заднем плане художник и вовсе не прорисовывает лица.

Постоянными персонажами городских пейзажей становятся: толпы рабочих, идущих с заводов, искалеченные ветераны войны, декадентски одетые буржуа, проститутки, разбойники и безумцы. Они визуально сливаются в безликие массы, движущиеся по бескрайним просторам мегаполиса.

Выводы. Искусство экспрессионизма возникло как реакция на тяжелые события и перемены в привычной жизни человечества в начале XX в. Существующие формы в искусстве того времени не давали художникам возможности в полной мере выразить те сильные эмоции, которые вызывали социальные, политические, экономические изменения в мире. В поиске новых форм художники Германии и Австрии сформировали новый стиль, в дальнейшем распространившийся и в других странах.

После окончания Второй мировой войны экспрессионизм как направление начал постепенно угасать, параллельно развивались другие стили: кубизм, футуризм, абстракционизм, дадаизм, сюрреализм и др. Однако, экспрессионизм как форма самовыражения художника продолжает существовать и в наше время. Темы экспрессионизма, такие как религия, смерть, изменчивость мира, война и секс, являются актуальными и по сей день.

Источники и литература

1. Куликова И. С. Экспрессионизм в искусстве / И. С. Куликова. – Москва: Наука, 1978. – 182 с.
2. Маркин Ю. П. Экспрессионисты. Живопись. Графика / Ю. П. Маркин. – Москва: Астрель, 2004. – 369 с.
3. Турчин В. С. По лабиринтам авангарда / В. С. Турчин. – Москва: Изд-во МГУ, 1993. – С. 70.

Феномен лаборатории в художественных практиках

Ю. Х. Бычкова,

аспирант 2 курса направления подготовки

«Теория и история культуры, искусства»

ФГБОУ ВО «Академии Русского балета им. А. Я. Вагановой»

Статья посвящена исследованию феномена лаборатории в современных художественных практиках. Автор прослеживает генезис этого феномена от авангарда 1920-х годов до его актуализации в современном искусстве. Раскрывается современное понимание лаборатории как пространства «исследования-творчества», ориентированного на социальное взаимодействие, коллективное производство знаний.

Ключевые слова: *лаборатория, художественные практики, эксперимент, процессуальность, междисциплинарность, исследование-творчество.*

Введение. **Актуальность темы** исследования обусловлена стремительной трансформацией языка современного искусства и самих принципов художественного производства. В XXI веке мы наблюдаем размывание границ между традиционными видами творчества, технологиями и наукой. В этом контексте модель **лаборатории** перестает быть исключительно научным атрибутом и становится одной из важных организационных и методологических парадигм в искусстве.

Несмотря на широкое употребление термина «лаборатория» в художественной среде, его концептуальное наполнение, историческая эволюция и методологические основания остаются недостаточно систематизированными. Существует разрыв между пониманием лаборатории как широко распространенного формата художественных практик и ее глубинным содержанием как специфического способа познания и творчества.

Целью статьи является комплексный анализ феномена лаборатории в художественных практиках: от его исторического генезиса до актуальных проявлений.

В связи с этим прослежена эволюция концепции лаборатории от авангарда 1920-х до современности, сопоставлены разные модели лабораторных практик в искусстве, детально изучены конкретные проекты, систематизированы ключевые характеристики лабораторного подхода.

Результаты исследования. «Labor» (лат.) – усилие, труд, умственное напряжение, способность к работе, выносливость. В современном русском языке лаборатория подразумевает проведение научных исследований, разработку новых технологий, анализ материалов и многие другие цели.

Художественные практики – это широкий спектр деятельности, связанный с созданием, восприятием и анализом произведений искусства. Они включают в себя как создание конкретных художественных объектов (картин, скульптур, инсталляций и т. д.), так и процессы, связанные с формированием художественного опыта, как у создателя, так и у зрителя. В узком значении под художественными практиками подразумевают собственно произведения искусства того или иного вида художественного творчества, отличающиеся друг от друга формой и материалом репрезентации [7, с. 752].

Французский исследователь Ф. Гарнье выделил три волны развития художественных практик, основанные на смене медиа и способов репрезентации: традиционные (практики графического искусства и скульптуру), технологические (кино, видео и цифровые медиа), современные (виртуальные миры и виртуальная реальность). Современные российские исследователи относят к художественным практикам также перформанс, где одновременно материалом, центральным предметом изображения и главным средством выразительности является тело [7, с. 754].

Художественные практики переносят лабораторную модель из естественных наук в художественную сферу, создавая принципиально иной способ художественного производства, к важным чертам которого можно отнести эксперимент и процессуальность, что подразумевает смещение акцента с конечного продукта на процесс создания.

Важной чертой становится коллективность и междисциплинарность: лаборатория часто подразумевает совместную работу художников, учёных, технологов и других специалистов, в рамках которой стираются границы между различными дисциплинами и видами деятельности (например, science-art, цифровое искусство, перформативные практики).

В контексте лаборатории творчество рассматривается, прежде всего, как способ познания, аспектом творческого поиска являются и незавершенность процесса (показы могут проходить в формате «work in progress»), и допущение ошибок и случайности.

Под лабораторией также может подразумеваться группа, где каждый участник-исследователь имеет конкретный опыт в своем предметном поле и готов вносить его в коллективную работу.

История появления феномена лаборатории в художественной среде связана с трансформацией творческих методов, развитием междисци-

плинарных практик и поиском новых форм искусства. Этот процесс можно проследить с начала XX века до наших дней, выделяя ключевые этапы и влиятельные художественные движения.

Рождение лабораторного подхода можно отнести к началу XX века. Ключевой аспект советского авангарда 1920-х годов – переосмысление искусства как лабораторной практики через призму теории ЛЕФа и, в частности, взглядов Бориса Арватова, теоретика конструктивизма и производственного искусства [1, с. 40]. В работе «Искусство и классь» он поставил вопрос о методологических основаниях пролетарского искусства. По мнению Арватова, конструктивизм понимает искусство как лабораторный, практический анализ материалов [1, с. 45]. Художник превращается в инженера-экспериментатора, который исследует свойства формы, функции, социальный контекст. Наглядным примером этих идей стала работа лабораторий ВХУТЕМАСа, где Арватов преподавал.

Лаборатория как инструмент для изучения танца и других видов движения получила применение и развитие в 1920-х в Государственной Академии художественных наук, в том числе рамках работы Хореологической лаборатории.

В послевоенный период идеи производственной эстетики, укоренённые в авангарде 1920-х, были переосмыслены через призму теории немецкого философа Вальтера Бенямина, который предложил рамку для анализа искусства как процесса материального производства, сместив акцент анализа с готового произведения на процесс его создания. Он увидел идеальную модель «лабораторного» искусства в эпическом театре Бертольта Брехта: открытые репетиции, акцент на документации как части произведения, фокус на процессе, а не конечном продукте, разрушение традиционной иерархии режиссера, актёра и зрителя [4, с. 166].

В отечественной театральной традиции практические шаги в экспериментальной деятельности в этом направлении предприняли К. С. Станиславский, В. Э. Мейерхольд [2, с. 150].

К. Н. Матвиенко в статье, посвященной становлению российской «новой драмы» и док-театра в конце 1990 – 2000-х годах, подчеркивает ключевую роль лабораторий [6, с. 162–163]. Для молодых драматургов, не имевших возможности реализовать свои пьесы в официальном театре, в силу специфики текстов (грубая лексика, маргинальные персонажи, острые темы), лаборатория оказалась одним из возможных путей продвижения новых тем и технологий создания спектаклей. Важной была возможность конкретизировать или вовсе отменять правила, обсуждая про-

цесс, иметь возможность трансформации работы, а также возможность исследовать реальность (конкретные города, заводы, сообщества людей и т. д.), и сценический язык, как способ отображения этой реальности.

В современных художественных практиках на стыке исполнительского, визуального, концептуального и медиа искусства лаборатория – это развивающаяся концепция, формат и процесс, которые находятся в коллективном многогранном развитии. Это новая категория, которую в своих исследованиях канадский искусствовед и политический философ Эрин Мэннинг называет «исследованием-творчеством» [3, с. 204].

На сегодняшний день лаборатория является частью более масштабного явления – глобального призыва к активному использованию экспериментальных художественных языков в социальных, совместных и коллективных практиках в мире современного искусства.

Эта направленность развивалась циклично и последовательно, начиная с 1990-х годов. В этот период в различных регионах мира наблюдался повторяющийся интерес к социальным вопросам и экспериментальным формам в искусстве [3, с. 208].

Методология работы лабораторий включает коллективные упражнения и игры, различные аспекты импровизации и восприятия. Цель таких практик – конструировать, деконструировать и подвергать сомнению реальность через предложения в безопасной среде. После этого полученные материалы могут трансформироваться в показы в общественных пространствах, расширяя границы восприятия и взаимодействия с окружающей средой через художественные эксперименты.

Выводы. Роль лабораторных форматов в сфере исполнительских искусств заключается в создании пространства для самой практики, которая одновременно является исследовательским процессом и проявлением философии в действии. В этом контексте используются как эмпирические методы – основанные на сенсорных восприятиях (зрение, слух, осязание, обоняние и вкус), так и философские исследования.

Лабораторный метод продолжает развиваться, особенно в эпоху цифровых технологий, делая искусство всё более гибридным и интерактивным, испытывая влияние технологий, создавая новые способы взаимодействия с реальностью через диалог, коллективность, неизбежно обращаясь к междисциплинарному методу. Что, в свою очередь, содействует созданию площадок для дискуссий, привлечению внимания к социальным проблемам [5, с. 158].

Источники и литература

1. Арватов Б. Искусство и классы / Б. Арватов. – Москва: Государственное издательство, 1923. – 69 с.
2. Вислов А. В. Работа над набросками. Все, что вы хотели знать об эскизах и лабораториях, но боялись спросить / А. В. Вислов // Вопросы театра. – 2013. – № 3-4. – С. 149–156.
3. Лавренникова Д. Heterotropical Arts Lab / Д. Лавренникова // Шаги/Steps. – 2019. – № 4. – С. 202–215.
4. Лидерман Ю. Г. Театральные исследования лабораторного дискурса: понятия, история идей, российский контекст / Ю. Г. Лидерман // Шаги/Steps. – 2022. – № 1. – С. 161–175.
5. Малиновская Я. В. Российские заповедные территории как междисциплинарные площадки для творческих лабораторий / Я. В. Малиновская // Вестник Томского государственного университета. Серия: Культурология и искусствоведение. – 2025. – № 57. – С. 155–167.
6. Матвиенко К. Н. Лаборатория как один из способов жизни документального театра: российский опыт 2000-х годов / К. Н. Матвиенко // Шаги/Steps. – 2019. – № 4. – С. 161–171.
7. Середкина Н. Н. Понятие «художественные практики»: тематический анализ научной литературы (1990–2023 гг.) / Н. Н. Середкина // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. – 2024. – № 17 (4). – С. 751–765.

Специфика дизайна приложений арт-пространств в условиях реализации проекта «Доступная среда»

Э. С. Кадырова,

магистрант 1 курса направления подготовки

«Коммуникативный дизайн»

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

М. Б. Григорьева — научный руководитель,

кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Статья посвящена анализу особенностей проектирования мобильных приложений для музеев и галерей в контексте реализации государственной программы «Доступная среда». Рассматриваются принципы универсального дизайна, требования международных стандартов WCAG 2.1 и национального стандарта ГОСТ Р 52872-2019. Выявлены специфические характеристики проектирования интерфейсов для арт-пространств: необходимость баланса между эстетикой и функциональностью, мультимодальность представления контента, персонализация пользовательского опыта.

Ключевые слова: *универсальный дизайн, доступная среда, арт-пространство, мобильное приложение, инклюзивность, цифровизация культуры, UX-дизайн, музейное приложение, WCAG.*

Введение. Современный этап развития культурного пространства характеризуется интенсивной цифровизацией музейной коммуникации. По данным Министерства культуры РФ, к 2024 году более 70% российских музеев используют цифровые технологии для взаимодействия с посетителями, при этом мобильные приложения становятся ключевым инструментом расширения аудитории и повышения качества культурного опыта.

Результаты исследования. Параллельно реализация государственной программы «Доступная среда» (2011–2030) устанавливает обязательные требования к обеспечению доступности объектов культуры для людей с ограниченными возможностями здоровья. Согласно целевым показателям программы, к 2030 году 85% учреждений культуры должны быть полностью доступны, что включает не только физическую, но и информационную доступность.

Опираясь на концепцию универсального дизайна, сформулированную Рональдом Мейсом в 1997 году [4, с. 243], выделяется семь фундаментальных принципов, применимых к проектированию любых объектов и сред, включая цифровые интерфейсы.

Принцип 1: *Равноправие в использовании* – интерфейс должен быть полезен и доступен для людей с различными возможностями. В контексте музейных приложений это означает, что основной функционал (просмотр коллекции, навигация, аудиогиды) должен быть доступен всем пользователям без необходимости специальных адаптаций.

Принцип 2: *Гибкость в использовании* – дизайн должен учитывать широкий спектр индивидуальных предпочтений и возможностей. Приложение должно поддерживать альтернативные способы взаимодействия: сенсорное управление, голосовые команды, жесты.

Принцип 3: *Простота и интуитивность использования* – понимание интерфейса не должно зависеть от опыта, знаний или языковых навыков пользователя. Особенно критично для музейных приложений, где аудитория разнородна по возрасту и технической грамотности.

Принцип 4: *Восприимчивость информации* – дизайн должен эффективно передавать необходимую информацию независимо от условий окружающей среды или сенсорных возможностей пользователя. Реализуется через мультимодальность: визуальный, аудиальный, текстовый каналы коммуникации.

Принцип 5: *Допустимость ошибки* – дизайн минимизирует опасность и негативные последствия случайных или непреднамеренных действий. В музейных приложениях: подтверждение критических действий, возможность отмены, сохранение прогресса.

Принцип 6: *Низкое физическое усилие* – интерфейс может использоваться эффективно и комфортно с минимальной усталостью. Размер активных зон не менее 44×44 пикселя, оптимизация для управления одной рукой.

Принцип 7: *Размер и пространство для доступа* – соответствующий размер и пространство обеспечиваются для доступа, достижения, манипуляции и использования независимо от размера тела, позы или мобильности пользователя.

WCAG 2.1 структурирует требования к веб-контенту и приложениям по четырём принципам (POUR): *Perceivable, Operable, Understandable, Robust*.

Восприимчивость (Perceivable) включает в себя альтернативный текст для всех информативных изображений, текстовые расшифровки для аудио- и видеоконтента, контрастность текста минимум 4.5:1 для

обычного текста, 3:1 для крупного (уровень AA) и возможность изменения размера текста до 200% без потери функциональности.

Управляемость (Operable) подразумевает доступность всего функционала с клавиатуры, а также достаточное время для взаимодействия с контентом, отсутствие контента, мерцающего более 3 раз в секунду и, конечно же, понятная навигационная структура.

Понятность (Understandable) понимается как предсказуемое поведение интерфейса, помощь в предотвращении и исправлении ошибок, а также язык страницы должен быть указан программно.

Надёжность (Robust) – это совместимость с ассистивными технологиями (скринридеры, альтернативные устройства ввода) и валидная разметка.

ГОСТ Р 52872-2019 [1, с. 20] адаптирует требования WCAG к российским реалиям и добавляет специфические критерии, такие, как: размер активных зон не менее 9×9 мм для сенсорных экранов, поддержка масштабирования средствами операционной системы, возможность изменения цветовой схемы, наличие текстовых альтернатив для графических элементов управления. Для приложений арт-пространств критически важно соблюдение уровня AA стандарта WCAG 2.1, что делает контент доступным для большинства пользователей с ограничениями.

Приложения арт-пространств сталкиваются с фундаментальным противоречием: необходимость передать художественную ценность произведения требует высокого качества визуализации, насыщенных цветов, утончённой типографики, в то время как требования доступности предписывают высокую контрастность, крупные элементы, упрощённую визуальную структуру. В первую очередь возникает проблема цветовой передачи. Репродукции произведений искусства требуют точной цветопередачи для сохранения авторского замысла. Однако требование контрастности 4.5:1 между текстом и фоном может вступать в конфликт с цветовой палитрой произведения. Решением может послужить реализация адаптивных режимов просмотра. Оптимальными будут три режима: «Галерея» с максимально точной цветопередачей для основного просмотра, «Высокая контрастность» с автоматической оптимизацией интерфейсных элементов, и возможность размещения текстовых описаний на нейтральном фоне с оптимальной контрастностью. Анализ приложения Эрмитажа показал успешную реализацию данного подхода: изображения произведений отображаются без наложения текста, описания вынесены в отдельные блоки с контролируемым фоном [2].

Также важной является проблема детализации. Произведения искусства часто требуют рассмотрения деталей (например, техника

мазка в живописи, орнамент в декоративно-прикладном искусстве). Для слабовидящих пользователей особенно полезной может оказаться возможность многократного увеличения без потери качества. Эта функция также полезна и для искусствоведов, художников, и просто любителей искусства, которым хочется рассмотреть мельчайшие детали работы. Решить эту проблему поможет использование технологии Gigapixel-изображений, позволяющих масштабирование до мельчайших деталей. Приложение ГМИИ им. Пушкина частично реализует данную функцию для ключевых произведений коллекции [5, с. 55].

Специфика арт-контента требует множества способов его представления, адаптированных под различные потребности и уровни погружения. Текстовый контент может быть поделен на три уровня сложности, где самый простой – это базовый уровень, так называемая этикетка в 50–80 слов: автор, название, год, техника, размер. Следующий уровень – развернутый, или искусствоведческое описание в 200–300 слов, в который входит контекст создания, стилистические особенности, символика. Между этими уровнями можно выделить и средний упрощенный уровень, адаптированный язык с доступным объяснением сюжета и значением произведения в 100–150 слов. Анализ показал, что только приложение Третьяковской галереи предлагает частичную реализацию многоуровневого контента, в то время как большинство ограничивается единым форматом описания [3, с. 122].

Аудиальный контент также делится на три уровня. Стандартные аудиогиды представляют собой профессиональную начитку искусствоведческих текстов, длительность 2–5 минут на произведение. Также есть короткие аудиоописания с лаконичной информацией для быстрого ознакомления в 30–60 секунд. Пожалуй, самым важным для доступной среды аудиальным контентом являются дескриптивные аудиогиды для незрячих, представляющих собой детальное словесное описание визуальных характеристик произведения, таких как композиция, цветовая гамма, детали, в среднем на 5–10 минут. Критический недостаток существующих решений — отсутствие дескриптивных аудиогидов. Приложение Эрмитажа предлагает стандартные аудиогиды для 800+ произведений, но лишь 5–7% содержат элементы визуального описания [2].

Видеоконтент арт-пространств обычно представлен в форматах интервью с кураторами и искусствоведами, виртуальных туров по залам и процесса реставрации произведений. Обязательные требования доступности к видеоконтенту по ГОСТу: синхронизированные субтитры, не автогенерируемые; транскрипты для скринридеров; опциональный сурдоперевод для ключевых материалов. Анализ показал наличие суб-

титров в 60–70% видеоконтента российских музейных приложений, сурдоперевод представлен менее чем в 10% материалов.

Музейное пространство характеризуется сложной архитектурой и нелинейной логикой экспозиции. Приложение должно решать задачу физической и информационной навигации одновременно. Для решения этой задачи необходимы интерактивные карты, соответствующие ключевым требованиям, таким как: упрощённая визуализация без избыточных деталей, возможность масштабирования и панорамирования, голосовое описание маршрута, индикация доступных маршрутов для маломобильных посетителей (лифты, пандусы, избегание лестниц), информация о расположении санузлов, гардероба, кафе с указанием доступности. Приложение Эрмитажа демонстрирует лучшую практику: интерактивная карта с возможностью построения маршрута, учитывающего физические ограничения, озвучивание направлений движения [2].

Информационная архитектура также должна соответствовать некоторым требованиям доступной среды. Оптимальная структура меню для музейного приложения представлена не более 7 пунктами верхнего уровня по закону Миллера, глубина вложенности должна быть не более 3 уровней, должна быть реализована функция поиска с автодополнением на главном экране, а также фильтры по множественным критериям: эпоха, жанр, зал, наличие аудиогuida, доступность. «Хлебные крошки» и индикация прогресса особенно важны для пользователей с когнитивными особенностями, ведь им критически важна визуальная индикация текущей позиции в структуре приложения и возможность быстрого возврата к исходной точке.

Приложение должно сохранять индивидуальные настройки доступности, например, размер шрифта от 100% до 200%, цветовую схему, режим управления (сенсорный, голосовой, внешняя клавиатура), предпочитаемый формат контента (текст, аудио, видео), язык интерфейса и контента [3]. На основе истории просмотров и выраженных предпочтений приложение может предлагать персонализированные маршруты и произведения, что особенно важно для пользователей с ограничениями по времени или физическим возможностям для длительного передвижения. Для людей с ограниченными возможностями критически важна возможность заранее спланировать визит. Ознакомиться с экспозицией, выбрать интересующие произведения, построить оптимальный маршрут и уточнить условия доступности. Все ключевые функции приложения (карты, описания произведений, аудиогиды) должны работать в офлайн-режиме после первоначальной загрузки.

Мобильные приложения арт-пространств представляют собой уникальный объект проектирования, где пересекаются требования художественной эстетики, функциональной доступности и технологической реализуемости. В отличие от утилитарных приложений, цифровые сервисы музеев и галерей должны не просто передавать информацию, но создавать эмоциональное переживание, погружать в атмосферу искусства, оставаясь при этом доступными для всех категорий пользователей.

Выводы. Анализ существующих решений показывает значительный разрыв между декларируемыми принципами инклюзивности и реальной практикой проектирования. Исследование Д. О. Седуновой 2016 года [6, с. 40] выявило, что только 15% российских музейных приложений соответствуют базовым критериям доступности, при этом большинство ограничивается формальным соблюдением минимальных требований.

Источники и литература

1. ГОСТ Р 52872-2019. Интернет-ресурсы и другая информация, представленная в электронно-цифровой форме. Приложения для стационарных и мобильных устройств, иные пользовательские интерфейсы. Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности. – Москва: Стандартинформ, 2019. – 54 с.

2. Беляева М. А. Новые музейные коммуникации: цифровая перезагрузка / М. А. Беляева, Т. А. Ладыгина // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2018. – Т. 9, № 4. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/09KLSK418.pdf> (дата обращения: 16.11.2025).

3. Лапина-Кратасюк Е. Г. Музей в цифровую эпоху: перезагрузка / Е. Г. Лапина-Кратасюк, О. В. Шабалина. – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 304 с.

4. Наберушкина Э. К. Концепция «универсального дизайна» в социальной политике современного российского государства / Э. К. Наберушкина // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2011. – Т. 4, № 2. – С. 240–246.

5. Пичкурова И. А. Новые цифровые технологии современного музейного мира / И. А. Пичкурова // Вестник Алтайской государственной академии культуры и искусств. – 2020. – № 2 (44). – С. 49–54.

6. Седунова Д. О. Цифровые технологии в исторических музеях США, Европы и России: магистерская диссертация / Д. О. Седунова. – Москва: НИУ ВШЭ, 2016. – 68 с.

Творческий метод Леонида Якобсона: модернизм и постмодернизм в условиях соцреализма

*И. А. Кружилина,
аспирант 3 курса кафедры балетоведения
ФГБОУ ВО «Академия Русского балета имени А. Я. Вагановой»*

*Л. И. Абызова – научный руководитель,
кандидат искусствоведения, доцент,
профессор кафедры балетоведения
ФГБОУ ВО «Академия Русского балета имени А. Я. Вагановой»*

В силу государственной цензуры, которой в СССР были подвержены балет и наука о балете, творчество Леонида Якобсона оказалось, с одной стороны, подробно описано, с другой – недостаточно проанализировано, так как искусство Якобсона, по советским меркам, попадало в категорию «формализма», осуждавшегося на всех уровнях власти. Сегодня есть возможность говорить о творчестве Якобсона вне категорий советской идеологии, утверждая право балетмейстера на статус первооткрывателя ряда новых балетных форм и фиксируя формулу его творческого метода, что будет безусловным вкладом в подготовку молодого поколения отечественных хореографов.

***Ключевые слова:** Леонид Якобсон, модернизм, постмодернизм, балет, балетмейстер, Рафаэль, Франсиско Гойя, Гюстав Доре, Айседора Дункан, джаз.*

Введение. Балет в Советском Союзе был подчинен жесткой цензуре. Руководство страны внимательно следила за тем, чтобы искусство, создаваемое советскими художниками, воспитывало людей, готовых отдавать все силы на строительство коммунизма. Инструментом консолидации советских граждан служил социалистический реализм, отклонения от официально утвержденного стиля могли стоить художниками карьеры, а иногда и свободы. Леонид Якобсон в своих постановках брался за революционные темы, выполнял заказы на создание национальных балетов, которые были призваны сплотить многонациональное государство. Однако уникальный художественный язык мастера многократно служил поводом для обвинений Якобсона в формализме. Каждая постановка про-

ходила несколько художественных комиссий, некоторые балеты не выпускались на сцену годами, некоторые удавалось отстоять.

Результаты исследования. Леонид Якобсон поставил балет «Шурале» на музыку Фариды Яруллина к Декаде татарского искусства, намеченной на август 1941 года и отмененной вследствие нападения фашистской Германии на Советский Союз. Публика увидела постановку лишь в марте 1950 года на сцене Ленинградского театра оперы и балета им. С. М. Кирова (ныне Мариинский театр), балет был удостоен Сталинской премии и спустя 4 года балетмейстер отправился в Москву, чтобы поставить спектакль на сцене Большого театра.

31 декабря 1954 года в Большом театре состоялось многочасовое обсуждение черного прогона балета «Шурале». «Мне казалось, что я присутствовала на спектакле 1919 года, если говорить по линии хореографии, либо я раскрыла заграничный журнал XX века американский, либо что-то в этом роде», – заключила заведующая балетной труппы Ольга Федоровна Моисеева [5, с. 10]. В этих жестоких словах – а жестокими они были, потому что публично и напрямую обвиняли балетмейстера в модернизме, который по меркам 1954 года был антисоветским явлением – было и много правды. Главным образом, участников этого смотра, а Моисеева была не единственная, кто упрекал Якобсона в следовании модернистским хореографическим традициям, возмутила пластика, которой он наделил Нечисть, прислуживающую злобному лесному хозяину Шурале. Нечисть в балете Шурале танцует на полупальцах, не на пуантах, что делает ее более реальной и осязаемой, пластика, отсылающая к свободному танцу Айседоры Дункан, напоминает позы девушек с древнегреческих фресок и обращается к зрителю густой чувственностью. «Огненная ведьма – Убрлы-корчак в татарских легендах: жесткая эротичность, неумная злая эмоциональность определяет колорит ее танца», – писал Якобсон в книге «Моя работа над балетом Шурале» [4, с. 43]. Для балетмейстера было важно противопоставить Сюимбике и ее подруг-птиц, которые выступали на пуантах, представляя публике образ возвышенный, летящий, неосязаемый до момента утраты крыльев, силам зла, воплощавших соблазнительную телесность. На последнюю в Советском Союзе был негласный запрет. Тело должно было служить строительству коммунизма, то есть быть сильным, крепким, спортивным, чтобы давать советским людям возможность много работать и при необходимости защищать Родину. Дженис Росс в книге «Эффект разорвавшейся бомбы» пишет, что с 1930-х годов в сталинском государстве появилось понятие «тоталитарной телесности», «как способа изображения использования тела для достижения политических целей» [3, с. 484].

Яркий пример разрешенной телесной эстетики той поры – скульптура «Девушка с веслом» Ивана Шадра и Ромуальда Йодко.

И хотя на пороге стоял 1955 год, Сталина уже не стало, однако оттепель наступила не мгновенно с кончиной диктатора, память о борьбе с формализмом и низкопоклонством перед Западом была еще свежа. В книге «Над вольной Невой. От блокады до «оттепели» Лев Лурье рассказывает, как художник Владимир Серов, председатель Ленинградского Союза советских художников, автор картин «Приезд Ленина в Петроград в 1917-м году», «Ходоки у Ленина», «Ленин провозглашает советскую власть» обрушился карательной кампанией на исследователя западно-европейской живописи Николая Пунина, который, по мнению Серова, занимался пропагандой буржуазной эстетики и своими лекциями отравлял незамутненные головы студентов идеей «искусства ради искусства». Пунину постигло увольнение из Академии художеств, Ленинградского университета, а в 1949 году и 10 лет лагерей, которые тот не пережил [2, с. 118].

Яacobсон был страстным поклонником искусства и европейской живописи, в частности, ее образами он наполнял свои постановки. Будь он разоблачен в источниках своего вдохновения в начале 50-х годов, ему бы грозило нечто большее, чем увольнение из театра. Сборник эссе Яacobсона «Письма Новерру», куда вошла и книга «Моя работа над Шурале», был опубликован лишь в 2001 году в Нью-Йорке, едва ли автор намеревался издавать свои записи в 1958 году, когда были написаны эти строки: «Гойя и Доре дали как бы общей колорит хореографической сцены. Я не противился их влиянию. Когда образы одного искусства переходят в другое, они начинают жить новой жизнью» [4, с. 61]. На худсовете в Большом театре никто этих аллюзий не обнаружил, или по крайней мере свои догадки не озвучил.

Несмотря на ожесточенные споры во время змотра «Шурале» балет выпустили без изменений. Скорее всего, в пользу Яacobсона перевесила Сталинская премия за ленинградский спектакль.

Ранее уже упоминалось о том, что «возмутительный» танец Нечисти отсылает к свободному танцу, что не является случайным совпадением. С 1921 по 1949 год в Москве действовала Школа Айседоры Дункан. Дженис Росс пишет, что в 1948 году Яacobсон был приглашен для создания ряда постановок на учеников школы, и первое, о чем он попросил своих студентов, это показать ему все наследие выдающейся американской танцовщицы из их репертуара. Философия, которую артикулировала Дункан в статье для газеты «Известия» от 23 ноября 1921 года, была предельно близка видению Яacobсона. Дункан упрекала балетную классику

в неестественности, а также в том, что она «никак не приспособлена к темпу и настроению нашей жизни: наличию эротики, отсутствию героизма» [3, с. 238]. В 1956 году Якобсон подобрался к эстетике, завезенной американкой, еще ближе: он перенес вазовую античную живопись, скульптуры Праксителя, барельефы Пергамского алтаря в свой самый резонансный и масштабный балет «Спартак».

В 1979 году, через 4 года после смерти Якобсона, созданная им труппа «Хореографические миниатюры» уже под руководством Аскольда Макарова отправилась на гастроли в Париж, где на сцене Центра Жорджа Помпиду показывали лучшие сочинения своего репертуара. 14 июля в газете «Ле Монд» вышла заметка, где парижский обозреватель отмечает нестандартную для советской балетной сцены компанию: «Современность труппы проявляется в её настроении, в выборе музыки (Онеггер, Дебюсси) и в отсылках к пластическим произведениям искусства (Шагал, Роден). Леонид Якобсон, видимо, не был лишён ни культуры, ни воображения, ни храбрости. Чтобы выйти из оков академического стиля, он выбрал единственно возможный путь – характерный танец, богатый языком жестов и изобретательности. Но эта свобода иллюзорна, поскольку «современный» танец здесь принимается только как комический или живописный элемент. «Экзерсис XX» на ритмичную музыку (Бах-Лусье) подан как череда номеров. Шаги и связки остаются классическими, но искажены в комичном стиле, словно это акробатические выступления или соревнования по гримасам» [6].

«Экзерсис XX» – поздняя постановка Якобсона, одна из последних, созданная в 1971 году. «Когда «Экзерсис XX» появился на свет, он прозвучал как творческий манифест новорожденной труппы. Ее создатель отвечивал почтительный поклон традиции и тут же вступал с ней в веселую игру, включив в нее все, что имелось в его распоряжении, – от структуры урока и компоновки упражнений до темпоритма. Чем дальше, тем настойчивей тренировочные штудии пронизывал светлый юмор», – описывает постановку балетовед Ольга Розанова [1, с. 220]. Так вместе с «Экзерсисом» в советский балет проник постмодернизм с его иронией, эклектикой и игрой с признанными традициями. Провокационным был не только хореографический фарс, но и выбор музыки — французский джазовый ансамбль Play Bach Trio Жака Лусье и группа парижских певцов, исполнявшая клавирную музыку Баха “Swingle Singers“. Ирина Якобсон, вдова балетмейстера, вспоминала: «Руководство Министерства культуры не хотело давать разрешение на «Экзерсис XX», мотивируя это тем, что это пародия на классический балет. Положение спас Федор Васильевич Лопухов. Он просто встал

на дыбы, выступил в защиту Яacobсона. Так что выход «Экзерсиса XX» в свет полностью его заслуга» [3, с. 530–531].

Выводы. Яacobсон вошел в историю советского балета как формалист. Его балеты любила публика, с увлечением танцевали артисты, на них ревниво смотрели коллеги-балетмейстеры, а чиновникам они всегда сулили проблемы. В этих постановках находила отражения история искусства с глубокой древности до 70-х годов XX века: мощной силой своей буйной фантазии он оживлял на сцене скульптуры и живопись, очень точно соединяя пластические образы с музыкой. Внимательное изучение творческого метода Яacobсона сегодня способно дать молодому поколению современных постановщиков полезный материал для постижения балетмейстерской науки и вдохновение для собственных творческих поисков.

Источники и литература

1. Леонид Яacobсон: «Балетмейстер всяя Руси»: творчество, личность, архивные материалы / авт.-сост. О. И. Розанова. – Санкт-Петербург: Петербургский модный базар, 2019. – 494 с.

2. Лурье Л. Я. Над вольной Невой: от блокады до «оттепели» / Л. Я. Лурье. – Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2023. – 384 с.

3. Росс Дж. Эффект разорвавшейся бомбы: Леонид Яacobсон и советский балет как форма сопротивления / Дж. Росс. – Academic studies press / Библиороссика, 2024. – 650 с.

4. Яacobсон Л. В. Письма Новеру: воспоминания и эссе / Л. В. Яacobсон. – Нью-Йорк: Hermitage Publishers, 2001. – 507 с.

5. Выписка из архива Музея Большого театра России. Папка «Балеты на Ш», стенограмма обсуждения спектакля «Шурале» после просмотра спектакля 31 декабря 1954 г. работниками ГАБТ, 56 л. Архивный номер не присвоен.

6. Marcelle M. Danse Le Ballet moderne de Leningrad à Beaubourg / M. Marcelle; [пер. с фр. А. О. Чутов] // Paris: Le Monde. – 1979. – July 14.

Истоки образа Кармен в новелле Проспера Мериме: ключевые характеристики и сюжетные особенности

Л. Е. Лукьянчикова,

магистрант 3 курса направления подготовки

«Хореографическое искусство»

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В. А. Путра – научный руководитель,

кандидат культурологии, доцент, доцент кафедры хореографии

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Статья посвящена исследованию образа Кармен, анализу его психологических характеристик и роли в композиции новеллы Проспера Мериме. В фокусе внимания автора – истоки формирования этого персонажа, его ключевые особенности и функции в развитии сюжета.

Ключевые слова: *Кармен, Проспер Мериме, новелла, образ, характеристики, персонаж, анализ, литература.*

Введение. Образ Кармен, рождённый пером Проспера Мериме во французской новелле, выпущенной в 1845 году, является одной из самых известных и оказавших огромное влияние женских фигур литературы XIX столетия. Этот образ, сформировавшись на стыке испанской и французской культур, стал отражением непростого процесса формирования романтического идеала, оказал колоссальное влияние на искусство последующих столетий. Ее необузданный дух, свободолюбие и трагическая судьба стали мощным источником вдохновения для художников, писателей, хореографов, вокалистов и кинематографистов.

Актуальность данного исследования обусловлена неугасающим культурным значением образа Кармен его разносторонним воздействием на различные формы искусства, а также продолжающимся вниманием к его первоисточникам и эволюции в нынешней эпохе.

Цель исследования – изучить характерные черты образа Кармен и его роль в формировании мировой культуры.

Результаты исследования. Сегодня Кармен – это общепринятый символ женской независимости, страсти и непокорности. Важнейшим

фактором, оказавшим воздействие на формирование образа, стала цыганская культура. Цыгане Испании выделялись самобытными традициями, богатым фольклором и самобытной музыкой [1, с. 215]. Кармен – юная испанская цыганка, героиня одноименной новеллы П. Мериме, опубликованной в 1845 году. Восприятие образа происходит в результате сложного процесса сопоставления трёх образов героини. Все повествователи – мужчины, и каждый из них вносит свой вклад в создание её «портрета». Рассказчик-путешественник, увлеченный этнографией, «встречает» Кармен на набережной Гвадалквивира. Юная цыганка поражает наблюдательного и добропорядочного человека своей «необычной, дикой красотой» и экстравагантностью поведения. Она вызывает у французского учёного интерес, в котором смешиваются отчуждение и страх. Экспозиция образа – её портрет на набережной, «в сумрачном свете, струящемся от звезд» на фоне тёмно-синей реки. Кармен словно включается в систему природных явлений, с которыми она неразрывно связана. Далее рассказчик сравнивает её то с волком, то с молодой кордовской кобылицей, то с хамелеоном [4].

Другой повествователь, разбойник Хосе Наварро, пишет портрет героини «красками любви». Кармен, взволновавшая душу Хосе, заставившая его предать солдатскую присягу и вырвавшая его из привычной среды, предстаёт перед ним то колдуньей, то «просто хорошенькой девчонкой». Однако, непреодолимо манящая, преступная и таинственная цыганка так же чужда своему возлюбленному, как и мимолётному путешественнику. Нелогичность и непредсказуемость действий, а также ворожба воспринимаются Хосе как враждебные проявления цыганского образа жизни.

Третий и самый важный рассказчик – автор. Его голос возникает из сложного переплетения голосов рассказчика-этнографа и Дона Хосе, а также из своеобразных композиционных приёмов. Так история любви беглого солдата и цыганки приобретает античный размах, не теряя при этом психологической конкретности. Данный в «тройной перспективе», образ Кармен воспринимается как живой и осязаемый. Кармен – далеко не самая добродетельная литературная героиня. Она лукава, жестокосердна и неверна. «Она лгала, она всегда лгала», – жалуется Хосе. Однако ложь Кармен и её непредсказуемые выходки, мрачная таинственность имеют для автора, а, следовательно, и для читателя, совсем не тот смысл, который им придают «отрицательные» проявления героини. Тема любви в новелле неразрывно связана с темой смерти. Образ героини предстаёт в контексте взаимосвязи понятий женственности, любви и смерти, что характерно для испанской культуры и европейской философии [3, с. 218].

Новелла Проспера Мериме представляет собой эталон литературного романтизма, для которого характерны сильные чувства, драматизм и острые конфликты. Образ Кармен олицетворяет столкновение культур и человеческих характеров, выраженное через противопоставление общепринятой мужской морали и независимой женской воли.

Уже в 1861 году Теофиль Готье опубликовал стихотворение «Кармен», в котором цыганка предстаёт как воплощение безграничной женской власти над миром мужчин, одновременно inferнальной и естественной.

В 1874 году Ж. Бизе написал оперу «Кармен» на либретто А. Мельяка и Л. Галеви, которая впоследствии была признана одной из вершин оперного искусства. Опера Бизе стала первым шагом на пути превращения Кармен в транскультурный образ. Сильная, гордая и страстная Кармен в исполнении меццо-сопрано представляет собой свободную интерпретацию литературного первоисточника, достаточно далёкую от героини Мериме, чьё свободолобие в страсти – не единственная её черта. Либреттисты оперы убрали из биографии Кармен ряд обстоятельств, которые могли повредить её образу, таких как участие в убийстве. Наиболее известные исполнительницы партии К. – М. П. Максакова (1923) и И. К. Архипова (1956). Кармен новеллы и оперы оставила след в поэзии: цикл А. Блока «Кармен» (1914) и стихотворение М. Цветаевой «Кармен» (1917). На сегодняшний день существует более десяти киновоплощений образа. Наиболее известна «Кармен» Кристиана Жака (1943) и «Кармен» К. Сауры.

Последний фильм создан на основе балета-фламенко. Между тем в сценической истории оперы существует устойчивая тенденция возвращения образа к литературному первоисточнику. Этой же тенденции отчасти следует балет «Кармен», который берет свое начало в новелле Проспера Мериме, Мариус Петипа создал балет «Кармен и тореадор», представленный в одном из мадридских театров и имевший зрительский успех. В 1949 году, во время гастролей в Лондоне, Ролан Пети представил публике свою версию балета «Кармен», основанную на музыке Ж. Бизе. Интерпретация Р. Пети завоевала признание и на протяжении многих лет считалась эталонной. В середине 1960-х годов Майя Плисецкая увлеклась идеей создания собственной постановки «Кармен». Автором либретто, основанного на новелле П. Мериме, стал Альберто Алонсо, который также выступил в качестве постановщика. Премьера балета «Кармен-сюита» состоялась 20 апреля 1967 года на сцене Большого театра в Москве [2, с. 455].

В 1974 году хореограф Валентин Елизарьев представил свой спектакль на музыку Бизе в аранжировке Р. Щедрина, основанный на соб-

ственном либретто, написанном по мотивам цикла стихотворений «Кармен» Александра Блока. Премьера состоялась в Большом театре Белорусской ССР (Минск).

Выводы. Образ Кармен, рожденный гением Проспера Мериме, оказал колоссальное влияние на искусство последующих столетий. Ее необузданный дух, свободолюбие и трагическая судьба стали мощным источником вдохновения для художников, писателей, хореографов, вокалистов и кинематографистов. В литературе мотив роковой женщины, несущей разрушение и смерть, но при этом обворожительно привлекательной, нашел отражение в произведениях самых разных авторов. В хореографии образ Кармен обрел новую жизнь в балетах, где язык тела и музыки передавал всю гамму ее чувств – от игривости и кокетства до отчаяния и бунта. Вокальная традиция не осталась в стороне: партии Кармен стали вершиной мастерства для многих оперных див. В кинематографе образ Кармен пережил множество интерпретаций, от классических экранизаций оперы до современных адаптаций. Образ Кармен стал универсальным символом страсти, свободы и непокорности, вдохновляя творцов искусства и культуры по всему миру.

Источники и литература

1. Балашова Е. А. Испанская культура в творчестве Проспера Мериме / Е. А. Балашова // Учёные записки Казанского университета. Серия гуманитарных наук. – 2016. – Т. 158, вып. 4. – С. 214–221.
2. Кириллина А. В. Проблематика любви и страсти в произведениях Проспера Мериме / А. В. Кириллина // Русская филология. – 2019. – № 1 (11). – С. 54–60.
3. Лаврова А. Р. Испанские мотивы в творчестве Проспера Мериме / А. Р. Лаврова // Мир науки, культуры, образования. – 2016. – № 3 (58). – С. 218–222.
4. Мериме П. Избранные произведения. В 2 т. Т. 2 / П. Мериме. – Москва: Гослитиздат, 1956. – Т. 1. – 480 с.
5. Мериме П. Полное собрание романов, новелл и пьес в одном томе / П. Мериме. – Москва: Альфа-книга, 2022. – 1229 с.

От «созерцания» к «погружению»: интерактивность и многомерное восприятие в цифровом видео-арте

Лю Тяньчэн,

аспирант 2 курса направления подготовки

«Теория и история культуры, искусства»

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»

В статье исследуется парадигматическая трансформация в цифровом видео-арте: от «созерцания» к «погружению». Анализируется, как «интерактивность» реконструирует субъектно-объектные отношения, а «многомерное восприятие» реализует телесное присутствие, раскрывая внутренний механизм эволюции искусства от «репрезентации» к «генеративности» под влиянием техноэстетики¹.

Ключевые слова: цифровое видео-арт; погружение (иммерсивность); интерактивность; многомерное восприятие; техноэстетика; трансформация парадигмы.

Введение. Эволюция современного цифрового видео-арта знаменует собой глубокую трансформацию парадигмы восприятия. Традиционное искусство изображения, основанное на однонаправленном «созерцании», строило свою эстетику на логике «репрезентации», предполагающей отделение субъекта (зрителя) от объекта (произведения). Однако, как отметил Лев Манович² (Lev Manovich), язык новых медиа переписывает наше понимание пространства и нарратива [1, с. 88]. С развитием технологий, таких как виртуальная реальность (VR)³, алгоритмическая генерация и др., художественный опыт необратимо смещается от «созерцания» к «погружению». Научная проблема этого сдвига заключается в том, как технология (выступая в

¹ Исследовательская область, изучающая, как технологии (особенно цифровые) формируют и изменяют эстетический опыт, художественные практики и восприятие красоты.

² Российско-американский теоретик медиа, профессор. Один из ведущих мировых исследователей в области новых медиа, цифровой культуры и цифрового искусства. Автор фундаментальной работы «Язык новых медиа».

³ Сгенерированная компьютером интерактивная трехмерная среда, в которую пользователь может погрузиться, получая визуальный, слуховой и иногда тактильный опыт, имитирующий реальность.

качестве художественного языка) переформатирует границы восприятия [6, с. 112]. Это не просто обновление инструментов, а коренная трансформация эстетической парадигмы, продвигающая искусство от «визуального потребления» к «перцептивному участию».

Результаты исследования. *Интерактивность и многомерное восприятие.* Ключевым механизмом этой трансформации, во-первых, является «интерактивность». Интерактивность – это не просто техническая операция (например, сенсорное управление), а онтологическое участие, которое полностью разрушает «четвертую стену»⁴. Зритель превращается из пассивного «наблюдателя» в «участника» или даже «со-создателя» (Co-creator). Например, в интерактивных работах, таких как «Лабиринт памяти», алгоритмы генерируют нелинейные нарративные пути, и выбор участника становится составной частью производства смысла [2, с. 154]. Во-вторых, интерактивность порождает «многомерное восприятие». Традиционное «созерцание» опиралось на отстраненное зрение, тогда как «погружение» мобилизует все сенсорные каналы тела, реализуя феноменологическое «присутствие» «тела-субъекта», о котором говорил Мерло-Понти⁵ [3, с. 102–104]. Подобно тому, как Энг Ли исследовал «перцептивную реальность» в своих фильмах с высокой частотой кадров [5, с. 79], или как цифровые выставки задействуют все органы чувств, многомерное восприятие стирает границу между виртуальным и реальным, превращая эстетическую деятельность из когнитивного понимания в «воплощенный» (Embodied)⁶ глубокий опыт [5, с. 78].

Выводы. Сдвиг от «созерцания» к «погружению» представляет собой революцию в эстетической парадигме цифрового видео-арта. Его инновационность заключается в том, что через интерактивность активизируется субъектность зрителя, а через многомерное восприятие искусство переходит от статической «репрезентации» к динамической «генеративности». Центр тяжести в искусстве сместился со «смысла произведения» на «процесс переживания». Как подчеркивают китайские ученые в сфере цифровых музеев и культурного

⁴ Театральный термин, обозначающий воображаемую «стену» между сценой (исполнителями) и зрительным залом (аудиторией). В интерактивном искусстве эта стена «ломается».

⁵ Морис Мерло-Понти (1908–1961), французский философ-феноменолог. Ввел ключевое понятие «тело-субъект», утверждая, что восприятие и познание мира неразрывно связаны с телесным опытом.

⁶ Феноменологический термин, подчеркивающий, что познание, сознание и опыт (включая эстетический) не абстрактны, а неразрывно связаны с телом и его сенсомоторными возможностями.

наследия [4, с. 115], такой иммерсивный опыт открывает новые пути для культурной коммуникации. Тем не менее, эта область все еще сталкивается с вызовами: как избежать технологической ловушки «перевеса формы над содержанием» и сбалансировать зрелищность с эмоциональной глубиной. Будущие исследования должны быть направлены на глубокую интеграцию технологий и гуманитарных наук, исследуя, как цифровое искусство, реконструируя индивидуальное восприятие, может стать подлинным эстетическим мостом, соединяющим историю и будущее.

Источники и литература

1. Манович Л. Язык новых медиа / Л. Манович; пер. с англ. А. Пономарева. – Москва: Ад Маргинем Пресс, 2018. – 400 с.
2. 张伟. 算法叙事与交互艺术: 以《记忆迷宫》为例. 新媒体艺术, 2023(2). – 153–155. [Чжан Вэй. Алгоритмический нарратив и интерактивное искусство: на примере «Лабиринта памяти» / Вэй Чжан // Искусство новых медиа. – 2023. – № 2. – С. 153–155] (на китайском яз.)
3. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия / М. Мерло-Понти; пер. с фр. И. С. Вдовиной. – Санкт-Петербург: Наука, 1999. – 608 с.
4. 杨慧, 孟放. 论数字展陈中的全感官体验与情感连接. 中国博物馆, 2024 (5). – 112–116. – [Ян Хуэй. Обсуждение всесенсорного опыта и эмоциональной связи в цифровых выставках / Хуэй Ян, Фан Мэн // Музеи Китая, 2024. – № 5. – С. 112–116] (на китайском яз.)
5. 王晓. «感知真实»的重塑: 李安高帧率电影的美学实验. 电影艺术. – 2020 (3). – 78–82. – [Ван Сяо. Реконструкция «перцептивной реальности»: эстетический эксперимент в фильмах Энга Ли с высокой частотой кадров / Сяо Ван // Киноискусство, 2020. – № 3. – С. 78–82] (на китайском яз.)
6. Ерохин С. В. Эстетика цифрового искусства / С. В. Ерохин. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2010. – 429 с.

Синтез театрального и изобразительного искусства в театральной жизни России начала XX века

*М. А. Османова,
магистрант 2 курса направления подготовки «Дизайн»
ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет
имени Февзи Якубова»*

*О. А. Кочнова – научный руководитель,
кандидат культурологии, доцент
ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет
имени Февзи Якубова»*

В статье исследуется феномен синтеза искусств, воплощенного в театральной культуре России начала XX столетия, и, ставший одной из ключевых характеристик художественной культуры Серебряного века. Рассматриваются теоретические предпосылки и практические воплощения этой идеи на сценах императорских и частных театров. Основное внимание уделено творчеству художников, входивших в объединение «Мир искусства» и за его пределами (А. Бенуа, Л. Бакст, К. Сомов, К. Коровин, М. Врубель, А. Головин, Н. Рерих).

***Ключевые слова:** синтез искусств, русский театр, Серебряный век, «Мир искусства», сценография.*

Введение. Рубеж XIX–XX веков в России ознаменовался небывалым расцветом художественной культуры, вошедшим в историю под именем Серебряного века. Культура Серебряного века характеризовалась стремлением к преодолению границ между отдельными видами творчества, к созданию универсального художественного произведения. Данный период закономерно породил уникальное культурное явление, которое исследователи впоследствии назвали «синтезом искусств». Тесно переплетались живопись и музыка, театр и литература. Из самостоятельных, «изолированных» видов искусства, они превратились в искусства, гармонично дополняющие друг друга.

Театр, исторически являющийся наиболее синкретическим видом искусства, в этот период становится центральной лабораторией, где идеи синтеза находят свое наиболее полное и зримое воплощение. Как отмечает исследователь русского театра А.А. Кириллина, «театр Серебряного века» мыслился своими реформаторами не как развлечение, но

как соборное действо, жизнестроительный акт, в котором должны были слиться воедино слово, музыка, пластика и зрительный образ» [5, с. 45].

Именно в этот период, совпавший с рождением режиссерского театра, ключевую роль в «театральной революции» сыграл художник. Если в XIX веке роль художника была ремесленного толка, и функция его преимущественно сводилась к созданию бытового правдоподобия и условного фона для действия, то теперь он становился соавтором спектакля, а зачастую – и его главным идеологом. Живопись вышла на сцену, чтобы вступить в диалог с драматургией, музыкой и пластикой актера, создавая единый, неразделимый организм.

Цель исследования – с помощью метода анализа рассмотреть, каким образом феномен синтеза искусств нашел свое отражение в русском театре начала XX века, и изучить вклад конкретных художников, как входивших в объединение «Мир искусства», так и работавших параллельно или в соприкосновении с ним.

Результаты исследования. Художественное объединение «Мир искусства», возникшее в конце 1890-х годов вокруг одноименного журнала, стало главным идеологом и практиком нового подхода к театру. А. Н. Бенуа писал: «Задача художника, не в протокольной фиксации прошлого, а в воссоздании его «души», его стилистического единства» [1, с. 112].

Александр Николаевич Бенуа (1870–1960) был идейным вдохновителем и теоретиком «Мира искусства». Он не просто воссоздавал на сцене ту или иную эпоху, но и стремился передать ее дух, ее культурный миф.

В постановке балета «Павильон Армиды» на музыку Н. Черепнина (1907) художник создал изысканный мир Франции XVIII века. Декорации и костюмы создавали на сцене призрачный, кукольный мир. Искусствовед И. С. Зильберштейн писал: «Бенуа сумел превратить спектакль в ожившую фарфоровую статуэтку. Каждый мизансцен, каждый жест танцовщиков был подчинен общему графическому ритму, выдержанному в пастельных тонах и прихотливых линиях рококо» [4, с. 78].

Другой знаковой работой Бенуа стал балет И. Ф. Стравинского «Петрушка» (1911). Здесь художник создал ярмарочную, масленичную Россию, увиденную одновременно и глазами ребенка, и глазами утонченного творца. Театровед В. М. Паппе отмечает: «В «Петрушке» Бенуа добился удивительного синтеза драматического действия, музыки и живописи. Трагедия одушевленной куклы разворачивалась в условном, но невероятно достоверном мире, где декорации и костюмы стали активными проводниками смысла» [6, с. 203].

Лев Самойлович Бакст (1866–1924) стал настоящим революционером цвета в театральном-декорационном искусстве. Его работы для «Русских сезонов» произвели сенсацию в Европе, определив новые тенденции в моде и дизайне. Стиль Бакста – буйство красок и смелых орнаментов, находящихся на стыке модерна и зарождающегося ар-деко.

Его костюмы и декорации к балету «Шехерезада» на музыку Н. А. Римского-Корсакова (1910) стали манифестом нового подхода к сцене. Историк моды и искусства А. А. Головина писала: «Бакст не иллюстрировал Восток, он его выдумал. Его костюмы, освобождая тело, диктовали пластику, его декорации, построенные на контрастах чистых цветов, гипнотизировали зрителя, создавая атмосферу неги и страсти» [2, с. 145].

Константин Алексеевич Коровин (1861–1939), привнес в театральную декорацию принципы импрессионизма. Его интересовала не столько стилизация, сколько передача световоздушной среды, эмоционального состояния.

В своих декорациях к операм Н. А. Римского-Корсакова, например «Садко» (1897) и «Сказка о царе Салтане» (1901), Коровин создавал не просто место действия, а живописную поэму, наполненную светом и цветом. Критик Я. А. Тугендхольд отмечал: «Коровин первый понял декорацию как «пейзаж настроения». Его задники, написанные широким, сочным мазком, дышали, мерцали, создавая у зрителя ощущение полной иллюзии» [8, с. 90].

Александр Яковлевич Головин (1863–1930) воплотил в своем творчестве синтез живописи и музыки. Выдающимся достижением их дуэта стала драма М. Ю. Лермонтова «Маскарад» (1917) в Александринском театре. Спектакль был выдержан в единой цветовой гамме – черное, белое и холодный синий, что создавало ощущение роковой предопределенности. Искусствовед Е. И. Струтинская пишет: «“Маскарад” Головина – это не оформление пьесы, а ее живописная интерпретация. Холодный блеск его декораций, стилизованных под ампир, графичность костюмов создавали образ застывшего, гибельного мира» [7, с. 134].

Михаил Александрович Врубель (1856–1910) привнес в театр тему демонизма, трагического разлада и одухотворенности материи.

Наиболее значительной его работой стали эскизы костюмов и декораций для оперы Н. А. Римского-Корсакова «Сказка о царе Салтане» (1900). Но подлинным шедевром стал образ Демона для неосуществленной оперы А. Г. Рубинштейна. Хотя сама постановка не состоялась, созданные Врубелем эскизы костюма и грима являются законченными произведениями искусства. Исследователь его творче-

ства Н. А. Дмитриева утверждает: «Врубель искал в театре не стиля, а символа. Его Демон – это не конкретный персонаж, а воплощение метафизической тоски, «дух изгнания». Кристаллическая структура его костюма и грима должна была передать изломанность и величие падшего ангела» [3, с. 167].

Константин Андреевич Сомов (1869–1939), в отличие от своих коллег по «Миру искусства», редко работал над большими сценическими полотнами, но его станковое творчество оказало значительное влияние на театральную эстетику. Его стихией стал камерный, интимный театр, воплощенный в эскизах к балету «Бабочки» на музыку Р. Шумана (в постановке М. М. Фокина, 1912).

Сомов перенес на сцену мир своих картин – хрупкий, ироничный и меланхоличный. Театровед М. В. Хализева пишет: «Театр Сомова – это театр шепота и улыбки. Его художественное решение “Бабочек” строилось на ассоциациях с фарфором и старинной графикой, где танец становился зримым воплощением музыки камерного ансамбля» [9, с. 88].

Николай Константинович Рерих (1874–1947) привнес в театральное искусство тему древней, языческой Руси и Востока. Стиль Рериха, монументальный и лаконичный, с опорой на архаику и фольклор, сложился под влиянием его археологических изысканий и философских поисков.

Ярким примером стала его работа над балетом И. Ф. Стравинского «Весна священная» (1913) для «Русских сезонов». Рерих создал мощный, почти доисторический образ древней Руси, используя глухие, землистые тона (коричневый, охра, зеленый), грубые фактуры и упрощенные, тяготеющие к геометризму формы. Искусствовед Е. П. Яковлева отмечает: «Рерих в «Весне священной» предстает не декоратором, а жрецом. Его холсты – это архаические идолы, оживающие в ритме музыки Стравинского. Синтез здесь достигался на уровне первобытного ритуала, где не было разделения на творцов и зрителей» [10, с. 112].

Выводы. Синтез театрального и изобразительного искусства, осуществленный мастерами русского театра начала XX века, стал одним из самых ярких достижений русской культуры. Художники из объединения «Мир искусства» и их сподвижники совершили подлинную революцию в сценографии, превратив ее в самостоятельный вид художественного творчества. Их творческий путь навсегда изменил мировые представления о том, каким может быть сценическое искусство, а их наследие остается актуальным, продолжая вдохновлять современных режиссеров и сценографов.

Источники и литература

1. Бенуа А. Н. Мои воспоминания: в 5 кн. / А. Н. Бенуа. – Москва: Наука, 1990. – Кн. 4, 5. – 744 с.
2. Головина А. А. Леон Бакст: Жизнь и творчество / А. А. Головина. – Санкт-Петербург: Вита Нова, 2015. – 480 с.
3. Дмитриева Н. А. Михаил Врубель / Н. А. Дмитриева. – Ленинград: Художник РСФСР, 1990. – 280 с.
4. Зильберштейн И. С. Александр Бенуа – художник и теоретик театра / И. С. Зильберштейн // Памятники культуры. Новые открытия: ежегодник. – Ленинград: Наука, 1977. – С. 70–85.
5. Кириллина А. А. Русский театр на рубеже XIX–XX веков: монография / А. А. Кириллина. – Москва: Прогресс-Традиция, 2017. – 320 с.
6. Паппе В. М. «Русские сезоны» за границей / В. М. Паппе // История русского драматического театра: в 7 т. – Москва: Искусство, 1987. – Т. 7. – С. 195–215.
7. Струтинская Е. И. Александр Головин и Вс. Мейерхольд: Творческий диалог / Е. И. Струтинская. – Москва: ГИТИС, 2005. – 200 с.
8. Тугендхольд Я. А. Константин Коровин и его театр / Я. А. Тугендхольд // Из истории русского искусства. – Москва: Искусство, 1960. – С. 85–98.
9. Хализева М. В. Миriskусники и театр / М. В. Хализева. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2012. – 150 с.
10. Яковлева Е. П. Николай Рерих: Вестник Красоты / Е. П. Яковлева. – Москва: Изобразительное искусство, 2002. – 220 с.

Творческое наследие Р. Вагнера и его вклад в развитие оперного искусства

А. В. Русланов,

*магистрант 3 курса направления подготовки «Вокальное искусство»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

Статья исследует влияние творческого наследия Рихарда Вагнера на эволюцию оперного исполнительского искусства. На основе отечественных научных исследований анализируются ключевые аспекты вагнеровской эстетики: концепция «музыкальной драмы» и «всеобщего произведения искусства» (Gesamtkunstwerk), оркестровые новации, трансформация вокально-исполнительских принципов и сценического синтеза. Особое внимание уделяется механизму влияния этих идей на формирование психологического театра и их рецепции в русской исполнительской традиции. Сделан вывод о системообразующем характере вклада Вагнера, продолжающего определять развитие оперного искусства.

Ключевые слова: *Р. Вагнер, музыкальная драма, Gesamtkunstwerk, оперное исполнительство, вокальная техника, актёрское мастерство, оркестровка, лейтмотив, сценический синтез, русская режиссура.*

Введение. Творчество Рихарда Вагнера (1813–1883) представляет собой уникальный феномен в истории музыкального театра, осуществивший радикальный пересмотр его эстетических и практических основ. Если до Р. Вагнера опера развивалась преимущественно как вокально-концертная форма с элементами театральной условности, то его художественная система превратила её в синтетическое действие, где музыка, слово, пластика и визуальный образ подчинены единой драматургической воле. Это преобразование затронуло не только композиторскую технику, но и фундаментально изменило природу оперного исполнительства, предъявив новые требования к певцам, дирижёрам, режиссёрам и сценографам.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью целостного осмысления вагнеровского наследия как методологической основы современного исполнительского анализа. Несмотря на обширную литературу, посвящённую Р. Вагнеру-композитору, аспект его прямого и опосредованного влияния на технику и философию исполнения требует систематизации, особенно в контексте отечественной научной традиции, которая внесла значительный вклад в изучение данной про-

блемы. *Целью* настоящей работы является выявление и анализ конкретных составляющих вклада Р. Вагнера в развитие оперного исполнительского искусства через призму концепций «музыкальной драмы» и Gesamtkunstwerk, с акцентом на их практическом преломлении в вокальной технике, дирижёрской интерпретации, актёрском мастерстве и организации сценического пространства. Методологическую основу исследования составляют принципы историко-культурного и системного анализа, позволяющие рассмотреть эстетические идеи Р. Вагнера в неразрывной связи с их исполнительскими импликациями. Основной материал составили труды отечественных исследователей (А. А. Барановского, В. И. Родина, С. Н. Богданова и др.), в которых творчество композитора рассматривается как целостный феномен, повлиявший на мировую театральную культуру.

Концептуальные основы новой оперной парадигмы: от номера к драме.

Результаты исследования. Фундаментальным вкладом Р. Вагнера, определившим вектор развития всего последующего музыкального театра, стало создание теории и практики «музыкальной драмы». Композитор сознательно противопоставил её традиционной «опере», которую критиковал за раздробленность, условность и приоритет вокальной виртуозности над драматической правдой. Суть его реформы заключалась в отказе от номерной структуры (чередования арий, речитативов, ансамблей) в пользу сквозного драматургического развития, где музыка становится непосредственным выражением действия и внутреннего мира персонажей [1, с. 34–36].

Теоретическим стержнем этой реформы явилась концепция «всеобъемлющего искусства» (Gesamtkunstwerk), изложенная в ряде трактатов 1849–1851 годов. Р. Вагнер провозгласил необходимость синтеза отдельных искусств (музыки, поэзии, живописи, танца, архитектуры) в высшем единстве, способном оказывать на зрителя тотальное эмоционально-духовное воздействие, подобное древнегреческой трагедии [2, с. 52]. Эта идея не была умозрительной: она стала практическим руководством к действию, определившим подход композитора к сочинению, где он сам выступал как создатель либретто, музыки и подробнейшей сценической ремарки.

Важнейшим техническим воплощением этой концепции стал принцип «бесконечной мелодии». В отличие от периодически замкнутой мелодики классической оперы, вагнеровская мелодическая линия представляет собой непрерывно разворачивающийся поток, тесно сплетённый с поэтическим текстом и оркестровой тканью. Такая организация музыкального материала требовала от исполнителей принципиально нового типа мышления: артист должен был мыслить не

отдельными «номерами»), а целыми актами, выстраивая длинные драматические арки и сохраняя интенсивность выражения на протяжении многих десятков минут [2, с. 60].

Этот концептуальный сдвиг имел прямое следствие для исполнительской практики: певец переставал быть концертантом на сцене, превращаясь в драматического актёра, чьё пение являлось лишь одним (хотя и важнейшим) из средств сценической выразительности. Как отмечает В. И. Родин, «Вагнер заставил оперу служить драме, а исполнителя – подчинить технику психологической правде образа» [2, с. 61].

Оркестр как драматургический центр и его влияние на вокальную технику. Одной из наиболее радикальных новаций Р. Вагнера стало переосмысление роли оркестра. В его музыкальных драмах оркестр перестал быть аккомпанирующим фоном, превратившись в главного драматургического комментатора и носителя подтекста. Плотная, многоплановая, насыщенная полифоническими линиями оркестровая ткань опер «Кольца Нибелунга» и «Тристана и Изольды» создавала сложное эмоционально-символическое пространство, в котором существовали герои [3, с. 103–105].

Для вокалистов это означало необходимость выработать особый тип звукоизвлечения, способный не противостоять оркестру, а сливаться с ним, образуя новый тембральный сплав. Мощный вагнеровский оркестр, включающий расширенную группу медных и деревянных духовых, требовал от певца не просто громкости, а иного качества звука: плотного, глубоко опёртого, с богатым обертоновым спектром, способного «прорезать» оркестр не за счёт крика, а благодаря резонансной силе и верной акустической позиции. Это стимулировало развитие и канонизацию техники апорто (итал. *arroggiare* – «опираться»), основанной на максимальном использовании дыхательной опоры, контроле диафрагмы и направлении звука в верхние резонаторы. Без овладения такой техникой исполнение центральных партий из опер Р. агнера (Тристан, Брунгильда, Изольда) становилось не только неэффективным, но и травмоопасным для голосового аппарата.

Центральным же оркестровым изобретением Р. Вагнера, определившим драматургию его произведений и повлиявшим на музыку XX века (включая кинематограф), стала разветвлённая система лейтмотивов. Лейтмотив – краткая, характерная музыкальная тема, устойчиво ассоциирующаяся с персонажем, предметом, чувством или абстрактной идеей (лейтмотив кольца, проклятия, любви, судьбы и т. д.) [3, с. 107]. Симфоническое развитие и взаимодействие этих тем-символов создавало второй, подтекстовый план драмы, доступный слушателю через оркестр.

Эта система принципиально изменила роль дирижёра. Из управляющего ритмом и ансамблем он превратился в главного интерпретатора и «рассказчика», обязанность которого – выстраивать сложную полифонию лейтмотивов, раскрывая их драматургические связи и смысловые трансформации. Дирижёрская интерпретация вагнеровских партитур стала актом глубокого музыковедческого и философского анализа. Справедливо отмечает С. Н. Богданов: «...оркестр у Вагнера берёт на себя функцию хора античной трагедии, комментируя и осмысливая происходящее, что возлагает на дирижёра беспрецедентную ответственность за целостность художественного высказывания» [3, с. 110].

Рождение певца-актёра, психологизация исполнительства, в концепции музыкальной драмы предъявила беспрецедентные требования к сценическому существованию певца. Композитор последовательно ломал традицию, согласно которой оперный артист мог ограничиться красивым звуком и условной жестикуляцией. От исполнителя требовалось тотальное психологическое вживание в роль, где пение становилось естественным продолжением драматического переживания.

В своих ремарках и письмах Р. Вагнер детально прописывал не только вокальную, но и пластическую характеристику персонажей. Он требовал осмысленного, мотивированного жеста, соответствующей мимики, органичного перемещения по сцене. Певцу-актёру надлежало существовать в предлагаемых обстоятельствах мифа так же достоверно, как драматическому актёру – в обстоятельствах психологической драмы. А. П. Лосев указывает, что Р. Вагнер «фактически сформулировал основные принципы будущей системы Станиславского, требуя от певца не представления, а переживания, не изображения чувства, а проживания его на сцене» [6, с. 77].

Этот подход имел несколько ключевых последствий для исполнительской техники:

- примат слова: дикция и смысловая подача текста выдвигались на первый план. Звук должен был быть не только красив, но и понятен;

- единство физического и вокального действия: дыхание, порождающее звук, и жест, выражающий эмоцию, должны были иметь общий психофизический источник. Это требовало специальной телесной тренировки, выходящей за рамки традиционного вокального урока;

- отказ от условной театральности: Р. Вагнер боролся против штампованных «оперных» поз и жестов, стремясь к простоте и естественности сценического поведения, что в его эпоху было новаторским и вызывающим требованием.

В итоге Р. Вагнер заложил основы психологического направления в оперном исполнительстве, поставив во главу угла не виртуозность,

а правду сценического существования. В. Г. Петров подчёркивает, что «требования Р. Вагнера к актёрской органичности стали тем катализатором, который заставил европейский музыкальный театр искать новые пути соединения вокального и драматического дара в одном артисте» [7, с. 94].

Сценический синтез и архитектура восприятия: Байреит как модель.

Принцип Gesamtkunstwerk получил своё материальное воплощение в Байрейтском театре (Festspielhaus), построенном по замыслу Вагнера и открытом в 1876 году премьерой всего «Кольца Нибелунга». Этот театр стал не просто площадкой для постановок, а уникальным акустико-визуальным инструментом, спроектированным для максимальной полной реализации композиторской эстетики [8, с. 81]. Ключевые архитектурно-технологические решения Байройта были подчинены одной цели – создать эффект полного погружения зрителя в мифологическое пространство драмы:

- «мистическая бездна» (orchestra pit): оркестр был полностью скрыт от зрителей под сценой в углублённом рву. Это устраняло визуальную отвлекающую деталь (движения дирижёра и музыкантов) и создавало иллюзию, что музыка рождается из недр самой сцены, приобретая внеличный, сакральный характер;

- амфитеатральный зал: отказ от ярусного устройства в пользу единого, веерообразно поднимающегося амфитеатра ликвидировал иерархию «дорогих» и «дешёвых» мест и обеспечивал равномерно прекрасную акустику для каждого зрителя;

- двойной проскениум: специальная архитектурная рама (второй портал) отделяла сцену от зала, создавая эффект «ожившей картины» и дистанцируя мифическое действие от реальности зрительного зала;

- инновационное освещение: впервые была применена система полного затемнения зала во время действия, что концентрировало внимание на сцене, а также использовались сложные световые эффекты для создания атмосферы переживания.

Т. Н. Иванова отмечает, что «Байрейтский театр стал первой в истории моделью “тотального” театрального пространства, где архитектура, акустика и технология подчинены единому режиссёрскому (в данном случае – авторскому) замыслу» [8, с. 83]. Эта модель оказала огромное влияние на театральную архитектуру и режиссуру XX века, доказав возможность и эффективность целенаправленного проектирования среды для определённого типа художественной коммуникации.

Рецепция идей Р. Вагнера в русской исполнительской традиции.

Влияние эстетики Р. Вагнера на русскую культуру было глубоким и многогранным. Отечественные исследователи особо подчёр-

кивают, что Россия восприняла не столько внешние формы стиля Р. Вагнера, сколько его глубинную методологию синтеза и психологизма [4, с. 45; 9, с. 64].

В режиссуре принципы Gesamtkunstwerk оказали прямое влияние на становление системы К. С. Станиславского, искавшего пути создания «жизни человеческого духа» на сцене. Требование Р. Вагнера к певцу-актёру полностью вживаться в роль стало одной из основ методологии МХАТа. В. Э. Мейерхольд, с другой стороны, был увлечён вагнеровской идеей ритмической организации спектакля и возможностями сценографии как активной драматургической силы [9, с. 65].

В исполнительской практике русская вокальная школа дала уникальный ответ на идеал Р. Вагнера. Такой артист, как Ф. И. Шаляпин, воплотил синтез мощного, тембрально неповторимого голоса с гениальным даром перевоплощения и пластической выразительности. Его работа над образами (в том числе и в русском репертуаре) демонстрировала именно тот психологический реализм и целостность сценического существования, о котором мечтал Р. Вагнер. И. Ю. Смирнова указывает, что «русская исполнительская школа, с её вниманием к слову, психологической мотивировке и сценической правде, оказалась особенно восприимчива к драматургическим новациям Р. Вагнера, обогатив их национальной традицией психологического реализма» [10, с. 57].

Русская дирижёрская школа (С. В. Рахманинов, Н. С. Голованов, Е. А. Мравинский) также развивала вагнеровскую традицию симфонической интерпретации оперы, уделяя особое внимание драматургической функции оркестра и выстраиванию сложной лейтмотивной полифонии.

Проведённый анализ позволяет утверждать, что вклад Рихарда Вагнера в развитие оперного исполнительского искусства носит не частный, а системообразующий и парадигмальный характер. Его творчество осуществило фундаментальный сдвиг в понимании природы оперного спектакля и роли исполнителя в нём.

Концепция «музыкальной драмы» и «бесконечной мелодии» ликвидировала разрыв между музыкальной и драматической составляющими, превратив оперу в целостное, сквозное драматургическое действие. Это потребовало от исполнителей мышления крупными формами и длительного сохранения драматической интенсивности.

Реформа оркестра, выразившаяся в его симфонизации и создании системы лейтмотивов, превратила дирижёра в главного интерпретатора-драматурга и сформировала новый стандарт вокальной техники, основанный на оперном звуке и умении сливаться с симфонической тканью [5].

Требование к певцу быть актёром-психологом, проживающим роль, заложило основы психологического направления в оперном исполни-

тельстве, напрямую повлияв на становление режиссёрского театра и актёрских методов XX века.

Реализация принципа Gesamtkunstwerk в Байрейтском театре продемонстрировала возможность и эффективность проектирования тотального художественного пространства, став прообразом современной режиссёрской и сценографической практики.

Русская культура осуществила глубокую и творческую рецепцию вагнеровских идей, обогатив их национальной традицией психологического реализма (Станиславский, Шаляпин), что подтверждает универсальность и плодотворность открытых им принципов.

Выводы. Наследие Р. Вагнера продолжает оставаться не историческим реликтом, а живой и действенной системой координат для современного оперного искусства. Его идеи о синтезе, психологизме и драматургической целостности по-прежнему задают высшую планку художественных устремлений, заставляя каждого нового интерпретатора искать пути органичного соединения виртуозного мастерства с глубиной драматического высказывания.

Источники и литература

1. Барановский А. А. Рихард Вагнер и его эпоха / А. А. Барановский. – Москва: Музыка, 2005. – 280 с.
2. Родин В. И. Музыкальная драма Р. Вагнера: Теория и практика / В. И. Родин. – Санкт-Петербург: Изд-во РГУ, 1989. – 204 с.
3. Богданов С. Н. Оркестровка Вагнера: новаторские подходы / С. Н. Богданов. – Москва: Искусство, 2007. – 192 с.
4. Кузнецова Е. В. Русская традиция интерпретации Вагнера / Е. В. Кузнецова. – Москва: Лира, 2004. – 156 с.
5. Чесноков В. Ф. Полный синтез искусств в опере / В. Ф. Чесноков. – Москва: Музыка, 1998. – 112 с.
6. Лосев А. П. Актёрская техника и психологический театр в операх Вагнера / А. П. Лосев. – Санкт-Петербург: Академический проект, 2012. – 180 с.
7. Петров В. Г. Сценическая выразительность в опере XIX века / В. Г. Петров. – Москва: Наука, 2016. – 240 с.
8. Иванова Т. Н. Сценические технологии в творчестве Вагнера / Т. Н. Иванова. – Москва: ГИТИС, 2019. – 165 с.
9. Новиков Д. А. Вагнер и инновации в театральной постановке / Д. А. Новиков. – Санкт-Петербург: Театр, 2010. – 148 с.
10. Смирнова И. Ю. Влияние Вагнера на русскую исполнительскую школу / И. Ю. Смирнова. – Санкт-Петербург: Арт-Пресс, 2013. – 132 с.

Реконструкция идентичности и культурного влияния школы живописи Линнань в многомерной экосистеме современного искусства

Се Ситун,

аспирант 3 курса

*направления подготовки «Теория и история культуры, искусства»
ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»*

В современном художественном ландшафте, характеризующемся плюрализмом СМИ, плюрализмом ценностей и высоким общественным спросом, идентичность и культурная функция традиционных школ живописи сталкиваются с проблемой реконструкции. В данной статье в качестве объекта исследования рассматривается школа живописи Линнань, объединяющая творческие практики таких известных художников, как Ян Чжигуан, Линь Фэнсу и Фан Чусюн.

Ключевые слова: *школа живописи Линнань, экология современного искусства, реконструкция идентичности, культурное влияние, возрождение традиционного искусства, многомерность.*

Введение. Современный художественный ландшафт претерпевает глубокие изменения: цифровые технологии стимулировали кросс-медийное творчество, потребительская культура изменила стандарты оценки художественной ценности, а требования общественной культуры вывели искусство из «башни из слоновой кости» в центр внимания общественности. Эта многомерная трансформация ставит новые задачи перед школой живописи Линнань, чьими основными принципами являются «эkleктизм между Востоком и Западом и интеграция древнего и современного» – как, будучи пионером современных китайских инноваций в искусстве, она может продолжать свои «инновационные гены» в современном контексте и как ей перестроить свою идентичность, чтобы адаптироваться к разнообразной экосистеме? С момента своего основания «Двумя Гао и Одним Чэнем» (Гао Цзяньфу, Гао Цифэнем и Чэнь Шужэнем), школа Линнань всегда характеризовалась «адаптацией к времени»: в республиканскую эпоху она использовала львов и тигров для выражения революционной воли; во время Войны сопротивления Японии она использовала образы руин

для запечатления национальной травмы; Её идентичность всегда была тесно переплетена с требованиями времени. В современную эпоху, когда искусство больше не ограничивается кистью, тушью, бумагой и тушечницей и не служит исключительно грандиозным нарративам, необходимо переосмыслить понятие «инновации» в живописи Линнань и расширить границы её культурного влияния. В данной статье анализируются специфические пути реконструкции идентичности живописи Линнань в современную эпоху посредством обзора её творческой практики.

Цель статьи – раскрыть логику адаптации традиционных школ живописи к экосистеме современного искусства, предоставляя теоретические и практические рекомендации по «живому наследию» традиционного искусства.

Результаты исследования. Путь реконструкции идентичности живописи Линнань в экосистеме современного искусства. Современная реконструкция идентичности живописи Линнань – это не разрыв с традицией, а, скорее, основанная на двух ключевых генах: «эkleктизм между Востоком и Западом» и «внимание к реальности». Он позволяет «сохранить традицию и одновременно создать инновации» в многомерной структуре современного искусства, что особенно заметно в прорывах в трёх направлениях. Это предполагает непрерывный поиск и экспериментирование с тем, как и у каких видов современного искусства учиться [1, с. 82].

Конвергенция медиа: от «кисти, туши, бумаги и чернильного камня» к «кросс-медийному выражению», расширяя технологические границы идентичности. Традиционная школа живописи Линнань использует кисть, бумагу сюань, тушь и цвет в качестве основных материалов, в то время как современные художники сочетают дух кисти и туши с масляной живописью, акварелью, цифровыми технологиями и т.д., разрушая стереотип «китайская живопись = тушь и цвет на бумаге» и достигая прорыва в идентичности через медиаизмерения. Будучи представителем второго поколения школы живописи Линнань, Ян Чжигуан ещё в 1950-х годах включил принципы анатомии человека и перспективы западного реализма в традиционную технику кисти и туши.

Его показательная работа «Новые рекруты в шахтах» сломала «стилизованнные» ограничения традиционной фигуративной живописи благодаря точному изображению динамики человека. Линии мышц шахтёров на картине не только соответствуют законам западной анатомии, но и прорисованы лаконичными линиями туши, избегая «жестко-

сти» реализма. Ли Гунмин отмечал: «Эта работа считается признаком зрелого исследования Ян Чжигуаном техники изображения фигур в китайской живописи» [2, с. 33]. После 1980-х годов он продолжил попытки интегрировать акварель и тушь. В его работе «Вдохновляющие слова» прозрачная текстура акварели используется для передачи света и тени, а вариации плотности туши – для формирования выразительности фигур, что поднимает «интеграцию китайских и западных стилей» школы живописи Линнань от «заимствования техник» до «симбиоза медиа».

Изменение ценностей: от «искусства спасения нации» к «многоценности» – социальной функции регулирования идентичности. В республиканскую эпоху культура Лингань впитала в себя множество иностранных культурных элементов, продемонстрировав сильную инклюзивность и открытость [3, с. 72]. Основная ценность живописной школы Линнань – «искусство спасения нации», и её работы часто несут в себе величественные сюжеты о национальной независимости и революционной борьбе. В наше время её ценность постепенно расширилась, включив в себя «эстетическое выражение», «культурное наследие» и «заботу о средствах существования народа», что привело к переосмыслению её ценностной идентичности. Художник Чжоу Яньшэн в серии «Ранняя весна в Линнань» использует яркие цвета для изображения цветов и сельскохозяйственных культур региона Линнань. Цветущий капок и рисовые поля не только представляют региональный ландшафт, но и косвенно выражают заботу о «возрождении сельской местности» и «защите окружающей среды». Работы экспонировались в Музее сельского искусства провинции Гуандун, позволяя жителям деревень ощутить очарование местного искусства, а также передавая социальные проблемы посредством художественного языка. Это смещает «заботу о реальном мире» школы Линнань с «национального спасения» на «средства существования народа», расширяя границы её социальной функции.

Публичное расширение: от «элитных кругов» к «публичным пространствам», расширение сценария коммуникации идентичности. Традиционная школа живописи Линнань в основном ограничивалась «элитными сценами», такими как художественные музеи и галереи. Однако в наше время идентичность была расширена до публичной сферы через публичные фрески, общественное художественное образование и международные выставки, тем самым расширяя идентичность сценария коммуникации. Как и в работе Гао Цзяньфу, художественное образование сыграло значительную роль в рациональном

просвещении, а именно, «подчеркивая логику, правила и порядок, утверждая инструментальную рациональность и стремясь к универсальности, определенности и стабильности» [4, с. 59].

На станции «Культурный парк» 6-й линии метро Гуанчжоу фреска «Видения Линнаня» изображает такие региональные элементы, как кантонская опера, танец льва и здания с аркадами, выполненные тушью и кистью в стиле живописи школы Линнань. Черепица на крышах зданий с аркадами выполнена в традиционной технике «контур и заливка», а львиная грива изображена техникой «размашистая кисть», что подчеркивает динамизм. Это не только сохраняет художественные особенности школы Линнань, но и позволяет сотням тысяч пассажиров ежедневно знакомиться с местным искусством, выставляя его на всеобщее обозрение, превращая школу Линнань из «узкого ценителя» в «массовое восприятие».

Художественное образование в обществе – ещё один важный путь к популяризации школы Линнань. С 2018 года в Мемориальном зале школы живописи Линнань провинции Гуандун проводится акция «Тушь и кисть входят в сообщество», в рамках которой художники школы Линнань приглашаются в старые городские районы, такие как районы Юэсю и Ливань в Гуанчжоу, чтобы научить жителей рисовать распространённые цветы и птиц Линнань. В ходе мероприятий художники не только обучают основным техникам школы Линнань, таким как «метод столкновения с водой», но и рассказывают о региональных культурных традициях, лежащих в основе их работ, превращая идентичность школы Линнань из «художественной школы» в «культурную связь сообщества», способствуя интеграции традиционного искусства в повседневную жизнь.

Выводы. Реконструкция идентичности школы живописи Линнань в многомерной экосистеме современного искусства – это, по сути, процесс «неизменных основных генов и адаптированных внешних форм». Она всегда основывалась на эклектичной традиции китайских и западных техник и своей базовой ценности «реалистического подхода», активно адаптируясь к современным потребностям в медиа, ценностях и контексте, в конечном итоге достигая трансформации из «современного новатора» в «представителя возрождения современной традиции». Эта реконструкция идентичности оказывает тройное культурное влияние: во-первых, на художественном уровне она доказывает, что традиционная живопись не обязательно должна следовать «формулам кисти и туши», но может достичь «современного выражения традиционного духа» посредством интеграции с современными медиа и темами, пред-

лагая практическую парадигму для трансформации традиционной китайской живописи.

Во-вторых, на культурном уровне она использует региональные элементы в качестве носителя для конструирования культурной идентичности в регионе Линнань, превращая «традиционное китайское искусство» из абстрактного понятия в осязаемую и интерактивную форму. В-третьих, на социальном уровне искусство выходит за рамки элитных кругов посредством вовлечения общественности, способствуя развитию государственных культурных услуг и предлагая воспроизводимую модель «искусства для народа». Судя по современной практике школы живописи Линнань, жизнеспособность традиционных художественных школ заключается не в «приверженности традиции», а в «принятии традиции как основы и движении вперед в ногу со временем».

Источники и литература

1. Хун Шысинь. «Хармония «идеального образа»» – современные эстетические характеристики лингнаньской живописи без контурных линий / Шысин Хун, Хуаньин Чэнь // Мир каллиграфии и живописи. – 2022. – № 1. – С. 82–84.

2. Цин Далин. Отражение эпохи и художественная инновация: глубокое исследование работы Ян Чжи Гуаня «Новый рекрут на руднике» / Далин Цин // Труды института изобразительных искусств. – 2025. – № 2. – С. 33–40.

3. Чэнь Хуаньин. Традиционная основа и направления наследия современной лингнаньской живописи без контурных линий / Хуаньин Чэнь, Цюй Цэнь // Мир каллиграфии и живописи. – 2024. – № 5. – С. 70–72.

4. Чэнь Тянь. Об эстетических и эстетико-образовательных особенностях школы Лингнань и проблемах её современности – на материале тированного исследования практики эстетического образования Гао Цзяньфу / Тянь Чэнь // Гундунские социальные науки. – 2021. – № 2. – С. 54–60.

Инновационная коммуникация визуальных элементов в дизайне в цифровую эпоху

Сун Тяньянь,

магистрант 2 курса направления подготовки «Культура и искусство»
ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»

В статье рассматривается трансформация коммуникации визуальных элементов в цифровую эпоху. Анализируются, как технологии VR и AI, усиливая выразительность дизайна, одновременно повышают риск «визуального недопонимания» в межкультурном контексте. На примере рынков Китая и России исследуются стратегии культурной адаптации с целью создания более инклюзивной теоретической основы.

Ключевые слова: визуальный дизайн, цифровые медиа, инновационная коммуникация, межкультурный, визуальная грамматика.

Введение. В контексте глобальной цифровизации визуальные элементы превратились в своего рода lingua franca, превосходящую традиционные языки и ставшую одним из наиболее эффективных средств коммуникации в информационном обществе [1, с. 3–4]. Однако за этой кажущейся «универсальностью» скрываются глубокие различия в культурных контекстах. Научная проблема данного исследования заключается в следующем: когда иммерсивные и интеллектуальные технологии, такие как VR и AI, значительно усиливают выразительную силу визуальных элементов, как нам разработать новую теорию и методологию дизайна для противодействия рискам «культурной скидки» и «визуальной гегемонии», которые несут в себе технологии? Новизна исследования заключается в том, что оно выходит за рамки простого описания применения технологий и вводит с точки зрения культурной лингвистики концепцию «визуальной грамматики», то есть в каждой культуре существует набор скрытых правил кодирования цвета, символов и пространства. Исследование направлено на анализ того, как новые технологии взаимодействуют с этой «грамматикой» – усиливают, разрушают или гомогенизируют ее.

Цель исследования – изучить, как в цифровых медиа можно достичь технологических инноваций, одновременно уважая и активизируя визуальные традиции различных культур (особенно китайской и

российской). Объектом исследования являются кейсы межкультурного дизайна с использованием цифровых технологий, а методы исследования сочетают в себе анализ литературы, семиотический анализ и критическое исследование кейсов.

Результаты исследования. Цифровые технологии, особенно иммерсивные медиа, представленные VR, коренным образом переписывают «грамматические правила» визуального дизайна [3, с. 2]. Традиционный графический дизайн полагается на гармоничное единство композиции, цвета, типографики в двумерном пространстве, где передача информации однонаправленна и линейна. Технология VR, в свою очередь, создает трехмерное, динамичное и интерактивное «гиперпространство», превращая зрителя из пассивного «наблюдателя» в активного «участника» [5, с. 7]. В этой новой парадигме роль дизайнера также меняется: от создателя статичного изображения он переходит к роли проектировщика динамичного опыта. Суть этого перехода заключается в смене логики распространения информации от «информирования» к «убеждению» и «эмпатии».

Однако такое технологическое расширение возможностей не лишено недостатков. Когда дизайнеры увлекаются созданием все более реалистичных визуальных зрелищ, они могут упускать из виду основную цель передачи информации, что приводит к преобладанию формы над содержанием. Еще более тревожным является тот факт, что слепое стремление некоторых практиков к технологическим инновациям может привести к унификации дизайна и игнорированию реальных потребностей пользователей в различных контекстах, что является другой стороной «сопротивления инновациям», о котором говорят ученые, – то есть сопротивления пользователей холодным технологиям, лишенным человеческого тепла [4, с. 2–3].

Глобальный рынок ставит перед дизайном беспрецедентные задачи в области межкультурной адаптации, и вмешательство искусственного интеллекта (ИИ), казалось бы, предлагает идеальное решение этой проблемы [2, с. 1]. С помощью глубокого обучения ИИ способен анализировать огромные объемы данных, определять визуальные предпочтения конкретных культурных групп и автоматически генерировать адаптивные дизайнерские решения. Например, проанализировав предпочтения китайских пользователей к сочетанию красного и золотого цветов и симметричной композиции, ИИ может быстро адаптировать интерфейс для соответствия эстетике рынка. Это, несомненно, значительно повышает эффективность дизайна и скорость реакции рынка. Однако мы должны критически

подходить к этому технологическому пути. Во-первых, рекомендации, основанные на больших данных, по сути являются «решением большинства», и, удовлетворяя господствующую эстетику, они могут подавлять и маргинализировать нишевые, авангардные эстетические поиски, что приводит к снижению «визуального разнообразия» внутри культуры. Во-вторых, понимание культурных символов ИИ часто остается поверхностным. Он может распознать, что тотем дракона в Китае символизирует удачу, но ему трудно понять тонкие смысловые эволюции дракона в разные исторические периоды и в разных контекстах. Такая «упрощенная» обработка культурных символов может привести к тому, что дизайнерские работы, хотя и «красивые», будут лишены глубокого культурного содержания и даже могут вызывать смехотворные недоразумения. Поэтому ИИ следует позиционировать как «культурного консультанта» дизайнера, а не как «творческого властелина». Окончательное суждение и решение должны оставаться за дизайнером, обладающим глубокими гуманитарными знаниями.

Выводы. Визуальная коммуникация в цифровую эпоху представляет собой глубокую трансформацию, полную как возможностей, так и рисков. Технологии, такие как VR, разрушили оковы традиционных медиа, создав совершенно новую «визуальную грамматику» и парадигму опыта, наделив дизайн беспрецедентной силой воздействия. Технология ИИ, в свою очередь, предлагает эффективные решения для локализации межкультурного дизайна. Однако мы должны четко осознавать потенциальные риски, стоящие за технологиями: с одной стороны, технологическое зрелище может подавить гуманистическую заботу, а с другой – алгоритмы могут привести к гомогенизации и поверхностности культурной эстетики.

Для будущих дизайнеров их основная конкурентоспособность будет заключаться не только во владении крутыми технологическими инструментами, но и в нахождении тонкого баланса между технологиями, бизнесом и культурой. Особенно при разработке коммуникации между такими культурными образованиями, как Россия и Китай, обладающими уникальными и глубокими визуальными традициями, следует выходить за рамки поверхностного коллажа символов, глубоко изучать внутреннюю логику «визуальной грамматики» каждой культуры, использовать новые технологии для активизации, а не подавления традиций, и создавать выдающиеся дизайнерские работы, которые будут одновременно и мировыми, и национальными. Это требует, чтобы будущее дизайнерское образование усиливало обще-

образовательную подготовку в области гуманитарных и социальных наук, а также теории искусств, развивая у дизайнеров критическое мышление и культурную эмпатию.

Источники и литература

1. Муромцева М. Ю. Визуальные коммуникации в современном информационном обществе / М. Ю. Муромцева // StudNet. – 2023. – № 6. – С. 1–9.
2. Wang H. Adaptive fusion of multi-cultural visual elements using deep learning in cross-cultural visual communication design / H. Wang // Scientific Reports. – 2025. – Vol. 15. – P. 28431.
3. Wang C. Visual Communication Design Under the Impact of New Media Art Design Based on VR / C. Wang // International Journal of Information Technologies and Systems Approach. – 2025. – Vol. 18, No. 1. – P. 1–18.
4. Yu G. Innovative application of new media in visual communication design and resistance to innovation / G. Yu, S. Akhter, T. Kuma, G. G. R. Ortiz, K. Saddhono // Frontiers in Psychology. – 2022. – Vol. 13. – P. 940899.
5. Zhong W. Research on Cross-Border Integration and Strategy of Digital Media Technology in Artistic Creation and Communication / W. Zhong, Y. Zhang // Journal of Cases on Information Technology. – 2025. – Vol. 27, No. 1. – P. 1–16.

Тактильные иллюзии в постцифровую эпоху: феномен «виртуальной материальности» в современном искусстве

У Хао,

*аспирант I курса направления подготовки
«Теория и история культуры, искусства»
ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»*

Автор исследует феномен «виртуальной материальности» в современном искусстве постцифровой эпохи. На примере работ Рефика Анадолу и TeamLab показано, как цифровое искусство создаёт осязаемые «материальные иллюзии» через алгоритмы и интерактивность. Эти практики расширяют художественные медиа и трансформируют тактильное восприятие, знаменуя новый этап в исследовании объектности на основе цифровой онтологии.

Ключевые слова: виртуальная материальность, современное искусство, цифровое медиаискусство, тактильность, восприятие, постцифровая эпоха, онтология.

Введение. Исследование фокусируется на феномене «виртуальной материальности» в современном искусстве постцифровой эпохи. С XX века проблема «вещи» остается центральной для искусства, трансформируясь от модернизма к цифровой эпохе. Теоретическая структура концепции выстраивается в трёх измерениях. Философски концепция укоренена в материальном повороте, преодолевая бинарности «человек-вещь» и «реальное-виртуальное» [1, с. 12–15]. Искусство конституирует новую реальность через данные, алгоритмы и аппаратное обеспечение. Технический материализм Киттлера и концепция «виртуального» Делёза [2, с. 45–48] раскрывают онтологический статус цифровой материальности. Эстетические механизмы включают: визуальную симуляцию (физический рендеринг, частичные системы), поведенческое моделирование и кросс-сенсорное взаимодействие (тактильные иллюзии через звук и вибрацию). Работы Рефика Анадола и TeamLab демонстрируют, как виртуальная материальность создаёт «перформативное присутствие» в реальном времени [4, с. 78–82], в отличие от традиционной материальности, несущей следы труда. В цифровой онтологии виртуальные объекты становятся «актантами» с агентностью, следуя теории Латура [3, с. 105–108].

Результаты исследования. Цифровые фигуры с виртуальной субъективностью размывают границы «человек-вещь» и преобразуют восприятие. Этот сдвиг позволяет преодолеть дилемму симулякра Бодрийера, демонстрируя эволюцию материальности от природной «примордиальности» к «виртуальной креативности» метавселенной.

В работе «Машинные галлюцинации» Рефика Анадола наборы данных преобразуются в текучие визуальные формы, где алгоритмы наделяют данные измеримым объемом и осязаемой текстурой, создавая уникальный опыт «данной материальности». В «Сверхсубъективном пространстве» TeamLab сенсорные технологии и алгоритмический дизайн позволяют виртуальным элементам природы мгновенно взаимодействовать с телом зрителя, усиливая «чувство присутствия» виртуальной материи через поведенческое моделирование и создавая воспринимаемую «материализованную» среду. Китайский художник Ван Чжипэн в работе «Иной мир» с помощью движка реального времени преобразует традиционные образы гор и вод в цифровые ландшафты для исследования, сохраняя поэтичность туши и наделяя их физическими свойствами, достигая создания виртуальной материаль-

ности через культурный перевод. Эти примеры в совокупности демонстрируют, что виртуальная материальность, реконструируя материальное восприятие зрителей, не только расширяет медийные границы художественного выражения, но и предлагает новую перспективу для понимания способов существования в цифровую эпоху.

Виртуальная материальность провоцирует глубокую реконфигурацию восприятия, перестраивая отношения между телом, технологическими интерфейсами и человеческим сознанием. Эта трансформация проявляется, прежде всего, в парадигмальном сдвиге от визуальной доминанты к телесному вовлечению – создаваемые цифровым искусством виртуальные материальные поля требуют тотального участия, превращая зрителя из пассивного наблюдателя в активного «обитателя». Интерфейсы выполняют при этом противоречивую роль «перцептивного протеза»: являясь одновременно и каналом доступа к виртуальным иллюзиям, и барьером, обнажающим их искусственность. Через системы отслеживания движений и обратной связи в реальном времени физические действия зрителя связываются с виртуальными данными, расширяя границы восприятия. В конечном счёте, такая реконфигурация порождает «реальную эффективность иллюзии»: несмотря на рациональное осознание невещественности виртуальной материи, телесные и эмоциональные системы продолжают реагировать на неё как на подлинную. Виртуальная материальность подрывает бинарную оппозицию реального и виртуального, представляя собой не только эстетическую революцию, но и философскую практику, заново вопрошающую о способах человеческого существования в технологическую эпоху.

Посредством теоретического моделирования и анализа конкретных примеров в статье доказывается, что цифровое медиаискусство через алгоритмическую генерацию и мультисенсорную синестезию создает воплощенное материальное восприятие, выводя дискуссию о «вещности» в современном искусстве на новый этап цифровой онтологии. Исследование раскрывает двойственную эстетическую природу виртуальной материальности: с одной стороны, она конструирует «перцептивную достоверность» через овеществление данных, с другой – формирует в интерфейсе динамический процесс благодаря перформативному характеру, что наследует материальные традиции минимализма и Бедное искусство, одновременно преодолевая традиционные представления о материальности.

Выводы. Виртуальная материальность также провоцирует глубинную реконфигурацию восприятия, разрушая визуальный центризм и преобразуя зрителя из пассивного созерцателя в «обитателя», участвующего

в построении смыслов через телесное движение. Это подтверждает тезис о деятельностной способности вещей в рамках нового материализма, делая границы между виртуальным и реальным текучими. Перспективы исследования заключаются в построении исторической генеалогии виртуальной материальности, изучении её взаимодействия с искусством на основе искусственного интеллекта и нейроэстетической эмпирической верификации. Данная работа не только предоставляет ключевую теоретическую основу для понимания искусства цифровой эпохи, но и переосмысливает на уровне философии технологии взаимосвязи тела, материи и сознания, знаменуя вступление современного искусства в новый этап переговоров о способах материального существования.

Источники и литература

1. Coole D. Frost S. *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*, eds. / D. Coole, S. Frost // *Journal of French and Francophone Philosophy*. – Vol. XIX. – 2011. – № 1. – pp. 153–164.
2. Hansen M. B. N. *Feed-Forward: On the Future of Twenty-First-Century Media* PhilPapers: [сайт]. – 2015. – URL: <https://philpapers.org/rec/HANFOT-2>.
3. Harman G. *Object-Oriented Ontology: A New Theory of Everything* / G. Harman // Pelican Books, 2018. – 336 p.
4. Munster A. *Materializing New Media: Embodiment in Information Aesthetics* / A. Munster // *Interfaces: Studies in Visual Culture*, 2019. – 256 p.

Светлана Захарова: механизмы интеграции классического наследия в контексте современной танцевальной культуры

*В. А. Цыганкова,
магистрант 2 курса направления подготовки
«Хореографическое искусство»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

*Н. Л. Кабачёк – научный руководитель,
кандидат искусствоведения, профессор, декан факультета
художественного творчества
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье анализируются ключевые механизмы интеграции классического балетного наследия в современную танцевальную культуру на примере творческой стратегии Светланы Захаровой. На материале её исполнительской практики, кураторских проектов и педагогической деятельности раскрываются специфические формы диалога между академической традицией и актуальными художественными процессами. Особое внимание уделяется таким аспектам интеграции, как трансформация исполнительского стиля, междисциплинарный синтез, фестивальная коммуникация и системная педагогика.

Ключевые слова: интеграция культурного наследия, классический балет, современная хореография, Светлана Захарова, исполнительский стиль, междисциплинарность, художественное образование.

Введение. Современный балетный театр переживает сложный процесс трансформации, связанный с необходимостью интеграции классического наследия в новые художественные контексты. Этот процесс требует выработки специфических механизмов, обеспечивающих как сохранение академических традиций, так и их органичное включение в современную культурную парадигму. Фигура Светланы Захаровой представляет в этом отношении уникальный объект исследования, поскольку её многогранная деятельность – от исполнительского мастерства до кураторства и педагогики – демонстрирует системный подход к решению данной задачи.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью осмысления конкретных механизмов интеграции классического наследия, которые позволяют балетному искусству сохранять свою идентичность в условиях меняющихся культурных ландшафтов. Научная новизна работы заключается в комплексном анализе творческой стратегии Захаровой как целостной системы взаимодействия традиции и современности.

Методологическую основу исследования составили сравнительно-исторический анализ, позволивший сопоставить эволюцию исполнительских традиций в русском балете, а также структурно-функциональный подход для выявления системных взаимосвязей между различными аспектами деятельности Захаровой. Источниками являлись видеозаписи спектаклей, материалы фестивальных программ, интервью балерины и критические рецензии за период с 1996 по 2025 год.

Результаты исследования. Центральным элементом интеграционной стратегии С. Захаровой становится глубинная трансформация исполнительского подхода к классическим партиям. Анализ её сценических работ демонстрирует последовательное обновление традиционных образов через усиление психологического измерения и обогащение пластической выразительности. Например, в партии *Одетты-Одиллии* («Лебединое озеро») балерина сочетает безупречную академическую технику с нехарактерной для традиционной трактовки эмоциональной интенсивностью, что придаёт образу современное звучание [5, с. 6].

Особенностью данного механизма является сознательное дистанцирование от чисто виртуозного подхода в пользу целостного переосмысления роли. Как отмечает сама Захарова: «Сегодня невозможно танцевать так, как танцевали полвека назад – зритель стал другим, его восприятие требует новой глубины» [2]. Этот механизм обеспечивает естественную интеграцию классического наследия в современный художественный контекст через обновление исполнительского языка.

Второй ключевой механизм проявляется в создании гибридных художественных форм, объединяющих балетную традицию с другими видами искусства. Проект «MODANSE» (2018) представляет собой органичный синтез хореографии, высокой моды и визуального искусства, где классический танец становится элементом более широкого эстетического высказывания.

Значимость данного механизма заключается в преодолении жанровых границ и выходе балетного искусства за пределы традиционного

театрального пространства. Интеграция происходит не через упрощение или адаптацию классики, а через её равноправное участие в междисциплинарном диалоге. Это позволяет привлечь новую, молодую аудиторию, демонстрируя актуальность балетного наследия в контексте современных культурных процессов.

Деятельность С. Захаровой в качестве куратора и члена жюри международных фестивалей («Benois de la Danse», 2005–2025) представляет собой важный институциональный механизм интеграции [1]. Через фестивальные платформы осуществляется не только презентация обновлённой классики, но и формирование новых стандартов и критериев оценки балетного искусства.

Данный механизм функционирует как система «культурного обмена», где классическое наследие подвергается постоянному переосмыслению в процессе международного профессионального диалога. Избрание Захаровой председателем жюри «Benois de la Danse» в 2025 году свидетельствует о признании её стратегии интеграции в международном профессиональном сообществе [6].

Назначение С. Захаровой на пост ректора Московской государственной академии хореографии знаменует переход от индивидуальной творческой стратегии к системной педагогической практике. Созданные ею образовательные проекты – благотворительный фестиваль «Светлана» (с 2015 г.) и «SIRIUS DANCE DAYS» (с 2018 г.) – формируют многоуровневую систему передачи и обновления традиции [4].

Особенностью этого механизма является создание «вертикали» художественного образования – от начальной подготовки до профессионального совершенствования. Как подчёркивает С. Захарова, «важно не просто передать технику, но и научить мыслить традицию как живой организм» [3]. Этот механизм обеспечивает долгосрочный эффект интеграции через формирование нового поколения артистов, способных к диалогу с классическим наследием.

Выводы. Проведённое исследование позволяет утверждать, что интеграция классического балетного наследия в современную культуру осуществляется через систему взаимосвязанных механизмов, наиболее полно реализованных в творческой стратегии Светланы Захаровой.

Выявленные механизмы – стилевой трансформации, междисциплинарного синтеза, фестивальной коммуникации и образовательной институализации – образуют целостную систему, обеспечивающую жизнеспособность традиции в современных условиях. Значимость

данной стратегии заключается в отказе от противопоставления «старого» и «нового» в пользу их продуктивного синтеза.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в сравнительном анализе интеграционных механизмов в творчестве других современных балетных деятелей, а также в изучении рецепции обновлённой классики различными аудиторными группами. Представленная модель демонстрирует эффективный путь развития балетного искусства, основанный на диалектическом единстве сохранения и обновления традиции.

Источники и литература

1. Захарова С. Ю. Мгновения... / С. Ю. Захарова // Светлана Захарова: [сайт]. – URL: <http://svetlana-zakharova.com> (дата обращения: 20.11.2025).
2. Интервью С. Захаровой телеканалу «Культура». – 2020. – 15 мая.
3. Луцкая Е. Светлана Захарова: искусство быть звездой / Е. Луцкая. – Москва: АСТ, 2021. – 256 с.
4. Материалы фестиваля «SIRIUS DANCE DAYS» // Федеральная территория «Сириус»: [сайт]. – URL: <https://siriusmag.ru/tag/867-sirius-dance-days/> (дата обращения: 20.11.2025).
5. Холфина О. В. Классическое наследие и современный балетный театр / О. В. Холфина. – Санкт-Петербург: Лань, 2022. – 312 с.
6. Benois de la Danse: Международный фестиваль балета // Benois de la Danse: [сайт]. – URL: <http://benois.theatre.ru> (дата обращения: 20.11.2025).

Перспективы развития танцевальной импровизации в контексте постмодернизма

А. В. Яковлева,

*магистрант 3 курса направления подготовки
«Хореографическое искусство»*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры искусств и туризма»

В. А. Путьра – научный руководитель,

кандидат культурологии, доцент,

доцент кафедры хореографии

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье рассматриваются перспективы развития танцевальной импровизации в контексте постмодернистской культуры. Анализируется влияние постмодернистских идей на эволюцию танцевальной импровизации. Исследуются новые подходы к созданию импровизационных танцевальных практик, акцентирующие внимание на перформативности, неопределенности и активной роли зрителя в формировании смысла танцевального произведения. Также рассматривается потенциал танцевальной импровизации как инструмента критики социальных, культурных и политических структур.

Ключевые слова: *танцевальная импровизация, деконструктивный подход, перформативность, зритель, танцевальное произведение.*

Введение. Танцевальная импровизация представляет собой уникальное явление в современном искусстве, которое активно исследуется в контексте постмодернизма. В условиях стремительных изменений в культурной среде и переосмыслении традиционных форм искусства, танцевальная импровизация становится важным инструментом самовыражения и критики. Однако, несмотря на её значимость, остаётся открытым вопрос о том, как именно постмодернистские идеи влияют на практику импровизации в танце, и какие новые горизонты они открывают для хореографов.

Ключевыми фигурами, оказавшими влияние на развитие танцевальной импровизации, являются не только Пина Бауш, но и другие хореографы и теоретики, такие как Мерс Каннингем и Джудит Лайдер. Их работы и идеи формировали контекст, в котором танце-

вальная импровизация могла развиваться и эволюционировать, создавая новые формы взаимодействия между танцором и зрителем.

Цель исследования – анализ танцевальной импровизации в контексте постмодернизма и выявление перспектив развития этого направления.

Результаты исследования. Постмодернистская философия, отвергающая идею единого нарратива и универсальных истин, предоставила танцорам возможность исследовать индивидуальные и коллективные опыты. В этом контексте импровизация стала не просто техникой, а философией, основанной на спонтанности, взаимодействии и контексте. Танцоры начали воспринимать тело как инструмент, способный к самовыражению, и исследовать его возможности в реальном времени, что привело к созданию новых форм и стилей [2].

Одной из ключевых характеристик постмодернизма является деконструкция – процесс разложения устоявшихся структур и систем на составляющие элементы с целью выявления их внутренних противоречий и скрытых предположений. В танцевальной импровизации это проявляется в отказе от традиционной иерархии и предопределенности, от установленных правил и канонов. Импровизатор не стремится к созданию линейного повествования или завершенного образа. Вместо этого, он фокусируется на исследовании отдельных движений, поз, ритмов, которые могут быть случайными, фрагментарными и даже противоречивыми.

Деконструкция в танцевальной импровизации приводит к следующему:

- *отказу от нарративности:* акцент смещается с рассказа истории на исследование самого движения, его текстуры и динамики;
- *разрушению иерархии:* нет правильных или неправильных движений, нет ведущего или ведомого, все элементы равноправны;
- *акценту на процессе:* важен не результат, а сам процесс создания движения, исследование возможностей тела и пространства.

Примером деконструктивного подхода в танцевальной импровизации может служить работа американского хореографа и танцовщика Твилы Тарп, которая часто экспериментирует с фрагментацией классических балетных движений, перемешивая их с элементами джаза и уличных танцев, создавая тем самым совершенно новую и неожиданную хореографию [5].

Постмодернизм акцентирует внимание на перформативности – способности определенных действий или высказываний изменять реальность. В танцевальной импровизации перформативность проявляется в том, что каждое движение, каждый жест влияет на развитие танцевального события, формирует его здесь и сейчас. Импровизация – это

не просто исполнение заранее задуманного плана, а активное взаимодействие с пространством, партнерами и зрителями [6, с. 2].

Роль зрителя в постмодернистской танцевальной импровизации также претерпевает существенные изменения. Зритель перестает быть пассивным наблюдателем, а становится активным участником творческого процесса. Его реакция, его интерпретация влияют на то, как развивается импровизация. Пина Бауш, как одна из самых влиятельных фигур в танцевальном искусстве, внесла значительный вклад в развитие танцевальной импровизации в контексте постмодернизма. Ее работы, такие как «Балет Тристана» и «Кафе Мюллер», продемонстрировали, как импровизация может быть интегрирована в хореографию, создавая уникальные и эмоционально насыщенные спектакли. Бауш использовала импровизацию не только как технический прием, но и как способ исследования человеческих отношений, эмоций и социальных тем. Ее подход к импровизации основан на взаимодействии между танцорами и зрителями, что позволяет создавать динамичные и живые сцены, отражающие сложность человеческого опыта [3].

Импровизация позволяет преодолевать стереотипы, разрушать устоявшиеся представления о теле, движении, красоте, выражать протест через невербальный язык тела говорить о несправедливости, угнетении и других формах насилия. Создавать альтернативные реальности, предлагая новые способы взаимодействия, новые модели поведения, основанные на равенстве и уважении [1].

Примером социально-ориентированной танцевальной импровизации может служить работа группы Candoco Dance Company, в которой участвуют танцовщики с инвалидностью и без. Через совместную импровизацию они исследуют границы телесности, преодолевают стереотипы о красоте и инвалидности, создавая инклюзивное и эмпатичное пространство [4].

Выводы. Танцевальная импровизация в контексте постмодернизма переживает период активного развития и трансформации. Отказ от традиционных канонов, смешение стилей, активная роль зрителя и социальная направленность делают её актуальным и востребованным видом искусства. Перспективы развития танцевальной импровизации связаны с дальнейшим исследованием возможностей тела, расширением границ взаимодействия с пространством и зрителями, а также использованием её в качестве инструмента критики социальных и культурных структур. В будущем можно ожидать появления новых, еще более экспериментальных и инновационных форм танцевальной импровизации, которые будут отражать сложность и многогранность постмодернистской эпохи.

Источники и литература

1. Ислямова А. М. Техника танцевальной импровизации как вспомогательный инструмент при создании современных балетов / А. М. Ислямова // Образование: традиции и инновации. – 2020. – С. 52–57.
2. Кисеева Е. В. Танец постмодерн как музыкальный феномен: автореф. дис. ... д-ра искусствоведения: 17.00.02 / Е. В. Кисеева. – Ростов-на-Дону, 2016. – 42 с.
3. Кисеева Е. В. Этапы становления и развития танца постмодерн во второй половине XX начале XXI века / Е. В. Кисеева // Южно-Российский музыкальный альманах. – 2014. – С. 88–96.
4. Миннс Н. Танцевальная компания Candoco, CounterActs / Н. Миннс // Writing about dance: [сайт]. – URL: <https://www.writingaboutdance.com/performance/candoco-dance-company-counteracts> (дата обращения: 15.11.2025).
5. Тарасов А. Н. Теория деконструкции как философско-теоретическая основа эстетики постмодернизма / А. Н. Тарасов // Философия и общество. – 2009. – № 1. – С. 174–187.
6. Эшельман Р. Перформатизм как преодоление постмодернизма / Р. Эшельман // Логос. – 2021. – Т. 31, № 6 (145). – С. 1–34.

**ПЕДАГОГИКО-
ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ
И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ
ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ
КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО
ОБЩЕСТВА**

Игровые технологии как средство активизации познавательной деятельности учащихся ДМШ

Р. О. Богомолова,

магистрант 3 курса направления подготовки

«Музыкально-инструментальное искусство»

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

А. Г. Ерзаулова – научный руководитель,

кандидат культурологии, доцент,

доцент кафедры музыкально-инструментального искусства

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье выявляется эффективность игровых технологий в обучении музыке, в частности их дидактические функции и возможности для активизации познавательной деятельности учащихся ДМШ. Исследуются способы интеграции игр в процесс освоения специальных инструментов, подчёркиваются преимущества и перспективы дальнейшего внедрения игрового подхода в практику детских музыкальных школ.

Ключевые слова: *игровые технологии; соревновательные формы; музыкальная педагогика; когнитивная активизация; исполнительские компетенции; методика обучения.*

Введение. Современная дидактика, ориентированная на личностно-развивающий подход, всё активнее обращается к игровым технологиям как к эффективному инструменту активизации познавательной деятельности учащихся. В условиях музыкальной педагогики, где значительная часть обучения связана с формированием сложных двигательных навыков, развитием слухового восприятия и освоением абстрактных эстетических категорий, игровые методы приобретают особую значимость.

Как отмечал в своих работах Л. С. Выготский, игра является ведущей деятельностью в детском возрасте и обладает мощным развивающим потенциалом, что подтверждается её дидактическими функциями, выявленными в нашем исследовании: мотивационной, развивающей и воспитывающей [2]. Теоретической основой исследования выступают положения о ведущей деятельности и развивающем потенциале игры, разработанные в трудах Л. С. Выготского и Д. Б. Эльконина [Там же]. Как подчеркивал Д. Б. Эльконин, именно в игре происходит ориентация ребенка в самых общих, фундаментальных смыслах человеческой деятельности, что подтверждается дидактическими функциями, выявленными в нашем исследовании [3]. Они позволяют преодолеть разрыв между техническим тренингом и творческим освоением музыкального материала, создавая условия для непровольного и более глубокого усвоения знаний.

Актуальность исследования определяется необходимостью повышения учебной мотивации и эффективности обучения в детских музыкальных школах, а также недостаточной разработанностью игровых технологий, адаптированных к специфике инструментального обучения, особенно в классе виолончели.

Цель исследования – проанализировать педагогический потенциал игровых технологий, прежде всего викторин, как средства повышения мотивации, познавательной активности и качества профессиональной подготовки юных музыкантов.

Материалом исследования выступают методические разработки преподавателей ДМШ, педагогическая практика и существующие игровые формы, применяемые в музыкально-образовательном процессе (музыкальная литература, сольфеджио, ансамбль).

Результаты исследования. Игра в образовательном процессе выполняет ряд фундаментальных дидактических функций.

Мотивационная функция. Игра создаёт положительный эмоциональный фон, снижает страх ошибки, формирует внутреннюю мотивацию достижения результата. Соревновательность повышает вовлеченность и способствует интенсивному включению в учебную деятельность.

Обучающая функция. Игровой формат облегчает усвоение сложных теоретических понятий и переводит знания в активную форму через действие.

Он формирует смысловой контекст, в котором абстрактные сведения (штрихи, термины, позиционная смена) обретают практическое применение. Именно это имел в виду Выготский Л.С., утверждая, что «в игре ребенок научается действовать в познаваемой, а не видимой ситуации» [2, с. 66]. Наглядным примером является викторина, где уче-

ник, оперируя терминами «легато» или «стаккато», слушая и анализируя музыкальные фрагменты, действует не с реальными, осязаемыми предметами, а со знаниями и слуховыми образами, то есть в «познаваемой ситуации», что и составляет суть профессионального музыканта.

Развивающая функция. Игровые задания способствуют развитию внимания, памяти, логического и творческого мышления, воображения, а также таких метапредметных компетенций, как анализ ситуации, планирование действий и оперативное принятие решений.

Воспитывающая и коммуникативная функция. Коллективные игры формируют навыки сотрудничества, уважительного взаимодействия, умения достойно выигрывать и проигрывать, укрепляют положительный эмоциональный климат в классе.

Далее рассмотрим типологию игровых технологий в ДМШ. В учебном процессе выделяются следующие основные виды игр.

1. Дидактические игры: лото, карточные задания, пазлы, ребусы, упражнения на закрепление нотной грамоты, терминов, штрихов, элементов инструмента.

2. Интерактивные задания: «Найди ошибку» в нотном тексте, «Угадай мелодию» по ритмическому рисунку или графической записи.

3. Ролевые игры: «Интервью с великим виолончелистом», «Музыкальный критик», сценические зарисовки характера произведения.

4. Соревновательные игры: индивидуальные и командные формы, парные поединки, тематические викторины. Соревновательные формы оказываются наиболее эффективными для стимулирования познавательной активности и устойчивого запоминания материала.

В практике детских музыкальных школ викторины выступают эффективным средством актуализации и углубления учебного материала. Викторина, будучи формой активного обучения, предполагает соблюдение ряда специфических организационных и содержательных условий. К их числу относятся тщательное конструирование структуры задания, определение четких критериев взаимодействия участников, а также подбор вопросов, направленных на формирование и развитие музыкально-теоретических представлений и слуховых навыков. Соблюдение данных требований позволяет рассматривать викторину не как элемент игровой разрядки, а как полноценный педагогический инструмент, повышающий познавательную мотивацию и обеспечивающий более целостное усвоение учебного содержания.

В организации викторин в детских музыкальных школах важным условием является поддержание достаточной динамики занятия, предполагающей оптимальную продолжительность и смену видов активности, что позволяет удерживать внимание учащихся и снижать утомляемость.

Не менее значимой представляется и продуманная визуально-предметная среда: использование наглядных материалов и реквизита усиливает мотивационный компонент и облегчает восприятие содержания.

При конструировании содержания викторины особое внимание уделяется его возрастной соразмерности, а также внутреннему балансу между заданиями разного уровня сложности от более простых, направленных на актуализацию знаний, до проблемных, стимулирующих развитие аналитических и творческих способностей. Включение различных типов вопросов и форм деятельности (вербальных, практических, визуально-аудиальных) обеспечивает многомерность познавательного опыта и позволяет охватить широкий спектр музыкально-учебных навыков.

Дополнительную роль играет прозрачная система оценивания, ориентированная не только на выявление сильнейших участников, но и на поддержание позитивной включенности всех учащихся.

Вопрос о недостаточной разработанности викторин для классов специального инструмента в ДМШ остаётся актуальным и сегодня, поскольку именно в данном сегменте учебного процесса наблюдается дефицит методических решений, ориентированных на системное применение игровых форм обучения. Анализ методической литературы показывает, что викторины активно применяются в курсах сольфеджио и музыкальной литературы, но их использование в классе специальности, носит эпизодический и несистемный характер.

Как следует из фундаментальных работ по методике музыкального воспитания, игровые формы, в том числе викторины, получили широкое распространение в курсах сольфеджио и музыкальной литературы [1]. Однако их перенос в класс специального инструмента требует специальной адаптации, что и составляет научную новизну исследования. Чаще всего это общие викторины для струнников, не учитывающие специфику инструмента: особенности грифа, аппликатуры, штриховой и позиционной техники. Данный пробел подтверждает научную новизну и практическую значимость разработки специализированной, инструментально-ориентированной викторины в младших классах специального инструмента в ДМШ.

Выводы. Игровые технологии в практике детских музыкальных школ представляют собой значимый ресурс активизации познавательной деятельности учащихся. При условии методически выверенного применения они функционируют не как развлекательная вставка, а как полноценный педагогический инструмент, способствующий формированию устойчивой учебной мотивации, развитию аналитического и слухового мышления, а также повышению уровня осмысленного усвоения теоретического и практического материала.

Особое место среди игровых форм занимает викторина, которая позволяет объединить мотивационный, когнитивный и коммуникативный потенциал учебного процесса. Систематическое включение подобных форм, адаптированных к специфике музыкального инструмента и возрастным возможностям детей, делает обучение более динамичным и лично значимым, создавая благоприятные условия для развития музыкально-исполнительских и музыкально-теоретических компетенций на ранних этапах профессионального становления.

Источники и литература

1. Апраксина О. А. Методика музыкального воспитания в школе / О. А. Апраксина. – Москва: Просвещение, 1983. – 224 с.
2. Выготский Л. С. Игра и ее роль в психическом развитии ребенка / Л. С. Выготский // Вопросы психологии. – 1966. – № 6. – С. 62–68.
3. Эльконин Д. Б. Психология игры / Д. Б. Эльконин. – Москва: Педагогика, 1978. – 304 с.

Функции музыкального искусства в духовно-нравственном воспитании современной молодежи

А. В. Глузман,

доктор педагогических наук, профессор,

член-корреспондент Российской академии художеств,

профессор кафедры музыкальной педагогики и исполнительства

Гуманитарно-педагогической академии (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

В статье рассматривается феномен «музыкальное искусство» в контексте духовно-нравственного воспитания современной молодежи. Раскрываются особенности комплекса основных функций, связанных с образовательно-воспитательных развивающим потенциалом музыки. Обосновывается интеллектуально-эмоциональный потенциал музыкального искусства как средства лично-ориентированного развития личности студента.

Ключевые слова: *отечественное музыкальное искусство, духовно-нравственное воспитание, современная студенческая молодежь.*

Введение. Отечественное музыкальное искусство – уникальное многоаспектное художественное явление, отражающее окружающий мир: природу, социальные явления, физическую и психологическую жизнь человека. Обладая системой выразительных средств (ритмом, метром, темпом, динамикой, тембром, интонацией, гармонией, полифонией), музыкальное искусство создает «интеллектуально-эмоциональное поле», влияющее на внутреннее глубинное состояние человека и вызывающее психофизиологическую реакцию на восприятие и переживание музыкальных образов.

Музыкальное искусство особыми средствами передает впечатления об окружающем мире, позволяющие слушателю почувствовать красоту восходящего солнца, мерцание звезд на небе, прохладу воды в море, которые отражают мысли и чувства композитора, создающего неповторимые музыкальные произведения. И в этой связи музыкальное искусство, в отличие от живописи, архитектуры, поэзии, является «самым чувственным среди всех», способствующим изменению морального состояния, подъему духа, очищению и оздоровлению, гармонии и умиротворению.

Таким образом, музыкальное искусство в искусствоведении и музыкальном исполнительстве реализуется как одна из областей практического познания, как форму отражения действительности в человеческом сознании и разуме. И поскольку человек также является основным субъектом восприятия, исполнения, и, в целом, музыкальной рефлексии, музыка способна передавать разнообразное интеллектуально-чувственное (психологическое) содержание, прежде всего, эмоциональные переживания и образ мышления. Согласимся с идеями Г. Спенсера о том, что музыка пробуждает спящие чувства, возможности, которых мы не предполагали и смысл которых для нас непонятен. Она говорит о вещах, которые мы не видели и никогда не увидим [1].

Результаты исследования. Функции музыки как художественно-эстетического вида искусства представляют собой многоаспектную систему. Музыкальная культура, как и художественная культура в целом, играет важную духовную, нравственную, социально-психологическую роль в формировании личности отдельного человека, так и в целом общества. В зависимости от того, каким общественно-государственным силам служит музыкальное искусство, оно может служить мощным средством становления человека или, наоборот, средством подавления в нем человеческого начала и моральных принципов.

Отечественными и зарубежными философами, психологами и искусствоведами (Б. Г. Ананьев, В. О. Вендрова, Л. С. Выготский, В. А. Разумный, А. Н. Сохор) были обоснованы и рассмотрены основные функции музыкального искусства. Как отмечают ученые, средства музыкальной выразительности имеют общую природу с акустическим языком

речи и пения. Соответственно основные функции музыкального искусства, которое по своей сути является полифункциональным, следующие: эстетическая, образовательно-воспитательная, организационно-коммуникативная, регуляторная, эмоционально-смыслообразующая, диагностическая, прогностическая, агитационно-пропагандистская, адаптивная.

В контексте данной статьи выделим системообразующие функции музыкального искусства, имеющие значения для формирования духовно-нравственных качеств современной молодежи. *Эстетическая* функция музыкального искусства направлена на удовлетворение и развитие позитивного психического состояния человека в процессе прослушивания или исполнения классической и современной музыки. Результатом общего музыкального воспитания и образования молодых людей является формирование эстетического окружающего мира, как конкретного человека, так и в целом общества. Важнейшая функция музыкального искусства – *смыслообразующая*.

Главное предназначение данного вида искусства – расширять рамки творческого восприятия окружающего мира, природы, социума, побуждать человека к развитию духовности, свободы, творческой и социальной активности. Искусство прогнозирует будущее и тем самым влияет на то, каким это будущее станет [2]. Музыкальное искусство, как известно, один из древних способов восстановления внешнего и внутреннего психофизиологического и биологического состояния, оно помогает фрактальному сопряжению организма и среды. Функцией музыкального искусства является *образовательная* направленность, имеющая важное значение в формировании духовно-нравственных качеств молодых людей, связанных с содержанием мыслительной и чувственной сторон, их личностно-ориентированными поступками и действиями.

Воспитательное воздействие музыки осуществляется непосредственно, влияя на развитие позитивной эмоциональности и душевного состояния, соотношенного с тем или иным аспектом окружающей действительности. Таким образом, музыкальное искусство – это общекультурное явление. Интонации, лежавшие в основе любого музыкального произведения, эмоционально насыщены, сотканы из человеческих мыслей и чувств. Именно это накладывает отпечаток на особенности музыки, которая разговаривает с людьми на «прямом языке души», волнует человека, вызывает в нем бесконечное разнообразие эмоций и их оттенков.

Вместе со смыслообразующей и образовательно-воспитательной функциями для музыкального искусства огромное значение имеет *организационно-коммуникативная*, смысл которого заключается в его удивительной способности объединять и сплачивать людей, вызывать чувство духовного единства, слияние чувств и воли в едином порыве. Несомненно, смыслы

и концепты, заложенные в программном содержании музыкальных произведений, являются мощным средством идейного и морально-нравственного воспитания подрастающего поколения, развития отдельной личности или ее деградации. Известны широкие возможности музыки в развитии у слушателей таких душевных качеств, как патриотизм, гражданственность, чувство, стойкость, душевная щедрость, доброта [3].

Организационно-коммуникативная функция присуща для многих других видов музыкального искусства: *прикладной* музыки, которая выполняет утилитарные общественные функции (сопровождение церемоний и культов, военных маршей и светских танцев, развлечений, сопровождения действий в художественных и документальных фильмах, театральных постановках, музыкальной терапии); *фоновой* музыки, используемой для создания атмосферы для комфортного, расслабляющего состояния людей в общественных местах (больницах, магазинах, вокзалах, ресторанах), усиления эмоционального эффекта в телепередачах; *функциональной* музыки, целенаправленно влияющей на психическое и эмоциональное состояние человека, изменяющей настроение, снижающей тревогу и напряженность, а также средством профилактики и лечения заболеваний.

Диагностическая функция музыкального искусства касается как отдельного человека, так и общества в целом. Стремление граждан определенного государства к восприятию или исполнению той или иной музыки может свидетельствовать об уровне их интеллектуального развития, общей культуры, особенностей духовно-нравственного здоровья нации. Но наличие тонкого музыкального вкуса, проявления чувствительности, сентиментальности вплоть до слез при слушании отдельных музыкальных сочинений далеко не всегда является признаком душевного развития и благородства.

Непосредственно с диагностической функцией музыки связана ее *прогностическая* функция, связанная с глубинным изучением истории развития феномена «музыкальное искусство», его прошлое, настоящее и будущее. Справедливо отмечают ученые, что произведения музыкального искусства могут предвосхищать будущие научные открытия, а также политические и социальные изменения [2, с. 95].

Музыка служит своеобразным «рентгеновским снимком» состояния общества, его эмоционально-чувственного настроения. Г. Драйзер полагал, что только музыка непосредственно выражает истину времени, тогда как все остальные свидетельства эпохи – результат толкований, автоматически притягиваемых словами к историческим фактам [4]. В этой связи музыка может быть как средством воздействия на человека, так и выполнять диагностическую функцию, отражая общественное сознание и настроение. Основные функции

музыкального искусства направлены на обеспечение необходимого интеллектуально-эмоционального потенциала личности, позволяющего в различных видах деятельности не только производительно мыслить, но и чувствовать и переживать окружающий мир.

Анализ многообразных функций музыкального искусства позволяют говорить о том, что музыка из всех видов искусств за последние двадцать лет по объему и времени ее повсеместного звучания поднялась с 4-го на 1-е место. Музыка звучит из мобильных телефонов, мини-плееров и компьютеров. Технический прогресс привел к доступности музыки разным слоям населения, а Интернет – к возможности бесплатно обладать музыкальными новинками. Среди всех факторов, определяющих проблемы музыкального воспитания российского студента, положение лидера в системе его художественных предпочтений заняла популярная музыка, зачастую поп-музыка зарубежных стран.

Выводы. Осмысление потенциала воздействия музыки в плане развития индивидуальных качеств у представителей студенческой молодежи, а также горизонты использования диагностической и прогностической функций музыки побуждают к проведению специальных исследований в данных направлениях психолого-педагогической науке позволит осмыслить идею о том, что будущее России зависит от того, каким вырастет ее юное поколение. Музыкальное искусство может быть мощным средством идейного и духовно-морального воспитания обучающихся в общеобразовательных и высших профессиональных организациях.

Музыкальное искусство воздействует на сознание и чувства человека посредством звуковых образов, отражающих его различные переживания и окружающую его жизнь. Одна из главных особенностей музыки заключается в том, что она действительно существует только в «живом» звуке, отражающем человеческие чувства и мысли, влияющим на духовно-нравственные качества личности.

Источники и литература

1. Спенсер Г. Происхождение и деятельность музыки / Г. Спенсер // Собр. соч. – Санкт-Петербург, 1866. – Т. 1. – Вып. 1–2. – С. 139–166.
2. Аллахвердов В. М. Психология искусства: Эссе о тайне эмоционального воздействия художественных произведений / В. М. Аллахвердов. – Санкт-Петербург: ДНК, 2001. – 198 с.
3. Рубинштейн А. Г. Музыка и ее представители: Разговор о музыке / А. Г. Рубинштейн. – Москва: Первая скоропеч. нот. П. Юргенсона, 1891. – 188 с.
4. Чередниченко Т. Традиция без слов. Медленнее в русской музыке / Т. Чередниченко // Новый мир. – 2000. – № 7. – С. 173–194.

Межкультурная коммуникативная компетенция будущих менеджеров туризма при обучении иностранному языку

К. С. Гнатенко,

преподаватель кафедры иностранных языков

Черноморского высшего военно-морского орденов

П. С. Нахимова и Красной Звезды училища имени П. С. Нахимова

В статье поднимаются вопросы формирования межкультурной коммуникативной компетенции будущих менеджеров туризма в процессе обучения иностранному языку. Рассмотрены ключевые направления становления межкультурной коммуникативной компетенции по специальности «Туризм». Показаны роль и место межкультурной коммуникативной компетенции в контексте туристического кластера. Обозначены проблемы формирования компетенции в профильных образовательных учреждениях в условиях Республики Крым.

***Ключевые слова:** межкультурная коммуникативная компетенция, кризис, специалист, отрасль туризма, образование.*

Введение. Профессиональная деятельность менеджера туризма или специалиста в области международного туризма представляет собой сложную систему действий в рамках выполнения трудовых обязанностей, которые связаны с наличием большого числа навыков, прежде всего в виде управленческих решений, административной работы, кадровой работы, производственно-технологических задач, представительские функции, экскурсионная деятельность и многое другое. Каждый из данных блоков трудовых задач явно связан с коммуникативной деятельностью, поэтому формирование межкультурной коммуникативной компетенции у обучающихся должно происходить с начала обучения и длится непрерывно вплоть до окончания обучения. В этом автором видится актуальность заявленной тематики.

Целью представленного материала является определение места и роли межкультурной коммуникативной компетенции у будущих менеджеров туризма в процессе обучения иностранному языку.

Результаты исследования. Рассмотрим проблемные аспекты в рамках практической апробации формирования МКК у специалистов

в области туризма. Прежде всего необходимо подчеркнуть, что в процессе обучения по любой специальности, даже в рамках всего периода невозможно осуществить весь комплекс задач в контексте формирования МКК по любой специальности, в том числе и туристической специальности [5, с. 11]. Компетентным специалистом человек становится только с наработкой практического опыта. Но базисом здесь все же выступают знания, полученные в студенческой аудитории.

На сегодня в условиях Республики Крым достаточно сложным в реалиях работающих вузов является расширение коммуникативного диапазона будущего специалиста за счет взаимодействия с представителями других культур, даже в англоязычном сегменте. Носителей языка, работающих по специальности «Туризм» в Крыму единицы и не всегда коммуникация достаточно большого числа студентов, подготавливаемых по специальности в Крыму возможна с ними в полном объеме.

Очевидными являются и проблемы развития установок личности и обогащения ее универсальными и специфическими ценностями своей и иной культуры при освоении общеобразовательных курсов, таких как история, литература, культурология, социология, философия [2, с. 27]. Обучающиеся традиционно не уделяют в своей подготовке должного внимания данным предметам, хотя часовая нагрузка в них достаточно велика. Предметы считаются во многом не важными для специальности туризм, причем это касается как преподавательского корпуса, так и обучающихся. Объяснение данного момента нами видится в том, что профильные кафедры, осуществляющие подготовку специалистов в сфере туризма, являются производными от географических или экономических подразделений ВУЗов, где традиционно указанным выше предметам не уделяется весомое внимание [4]. В этой связи, на наш взгляд, формирование компетенции должно согласовываться с общей стратегией обучения, нормативно правовыми документами и учебными планами учебного заведения.

При формировании МКК у студентов по специальности «Туризм» в содержательном блоке обучения примем классическую шестикомпонентную матрицу модели МКК за основу [1]. Мотивацией в данном случае служит отображение лингво-речевого, дидактико-методического и практического аспектов.

В состав данных компонентов матрицы формирования МКК по специальности «Туризм» входят следующие составляющие.

1. Лингвистическая составляющая направлена на формирование умения грамотно произносить туристские термины.

В данном блоке модели особое значение имеют знания системы современного иностранного языка, норм словоупотребления, грамматики, орфографических норм иностранного языка, нормы пунктуации и их вариативность при использовании специальных туристических и географических терминов.

2. Дискурсивная составляющая направлена на формирование техники речи и владения ею. Здесь важное значение имеют знания специального «туристического» языка и специфики функционально-смысловых типов речи с целью обеспечения логической связанности речи при работе по направлению «Туризм».

В итоге при формировании МКК у обучающего так же формируется умение свободно читать и общаться на и на иностранном языке по специальности, читать оригинальную монографическую и периодическую литературу на иностранном языке по специальности.

3. Социолингвистическая составляющая заключается в умении понять собеседника и вскрыть суть сказанного, а, так же умении выслушать точку зрения собеседника.

Здесь особое значение имеет умение создавать устные и письменные коммуникации с целью создания условий для общения профессионального и делового характера, в том числе с использованием средств сети Интернет, а, так же владение различными формами и видами устной и письменной коммуникации для обеспечения производственной и учебной деятельности.

4. Социокультурная составляющая заключается, по сути, в умении влиять на благоприятный психологический климат в коллективе, умении отстаивать и аргументировать свою позицию.

Здесь основу играет знание структуры общества и общественных отношений, особенностей формирования социальной среды и мировоззрения, основных социально-философских концепций и владение навыками восприятия разнообразия и культурных различий, принимать социальные и этнические обязательства, уметь работать в команде с межнациональными взаимосвязями [3].

5. Стратегическая составляющая заключается во владении вербальными средствами общения и владении невербальными средствами за счет владения культурой речи и специальным иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью разрешения широкого круга профессиональных и жизненных задач, умение корректно применять специальные знания в области туризма в различных формах социальной практики и умение формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию.

6. Предметная составляющая заключается в освоении непосредственно специальности и умения вести профессиональную коммуникацию при межкультурном общении, умении использовать полученные специальные знания, умении предъявлять наглядный материал.

В рамках курса специального иностранного языка (в нашем случае английского) преподаватель должен осуществить коммуникацию со всем преподавательским корпусом кафедры и интегрировать в программу необходимые специальные предметные элементы. Это достаточно сложный вопрос, однако в каждом семестре при обучении имеется определенный набор предметов, специальные темы из которых, могут закрепляться и при занятиях иностранным языком [5, с. 18].

Среди наиболее доступных интегрированных специальных компетенций здесь отметим на наш взгляд самые простые для закрепления при изучении специального английского языка. Это умения работы с информацией и осуществление ее поиска и передачи данных, в том числе с использованием сетевых технологий, знания современных информационно-коммуникационных технологий, знания структуры обслуживания с учетом природных и социальных факторов, владение навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами в сфере туризма, знание методов принятия управленческих решений и их разработки, особенностей планирования деятельности туристического предприятия в том числе и при работе на международном рынке или с иностранными клиентами, владение навыками и методиками эффективного общения с клиентами с целью максимизации продаж туристического продукта, навыками разрешения проблемных и нестандартных ситуаций.

Выводы. Требования к методическому обеспечению развития МКК будущих менеджеров туризма в части профессионально ориентированного содержания обучения состоят в том, что обучение должно быть нацелено на формирование МКК в профессиональной сфере, а также на освоение грамматических и лексических структур, которые позволили бы специалисту эффективно осуществлять межкультурную коммуникацию в профессиональной сфере при использовании деловой и профессиональной речи. В соответствии с современными представлениями относительно моделирования процесса формирования компетенций необходимым является апробация матрицы модели, что требует проведения опытно-экспериментальной работы.

Источники и литература

1. Абдукадырова Т. Т. Межкультурные тренинги как эффективные способы формирования коммуникативной компетенции / Т. Т. Абдукадырова // Успехи гуманитарных наук. – 2023. – № 12. – С. 195–199.
2. Большакова О. Б. Межкультурная коммуникативная компетентность личности (ресурсный подход): монография / О. Б. Большакова. – Казань: Бук, 2024. – 138 с.
3. Быстрицкая Е. В. Формирование коммуникативных компетенций у будущих специалистов отрасли туризма и гостеприимства / Е. В. Быстрицкая, А. А. Иванцов, С. В. Дусенко // Научный поиск: личность, образование, культура. – 2023. – № 4 (50). – С. 26–33.
4. Васильева Е. Н. Коммуникативные компетенции в структуре «soft skills» в рамках профессиональной подготовки студентов вуза / Е. Н. Васильева, А. В. Щербаков, М. Ф. Курагина // Психолого-педагогические исследования. – 2023. – Т. 15, № 1. – С. 21–36.
5. Нестерова С. А. Формирование межкультурной коммуникативно-профессиональной компетенции студента в образовательном процессе: монография / С. А. нестерова. – Челябинск: ЧГАА, 2011. – 154 с.

Школьный музыкальный театр как актуальное явление современной отечественной культуры

С. С. Ильясова,

*магистрант 1 курса направления подготовки «Вокальное искусство»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

И. В. Шинтяпина — научный руководитель,

*кандидат педагогических наук, доцент кафедры вокального искусства
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье автор определяет, как участие в школьном музыкальном театре помогает детям развиваться в правильно направлении и духовно обогащаться. В основу исследования положены труды зарубежных и отечественных ученых.

Ключевые слова: *музыкальный театр, учебный процесс, творческое развитие, искусство, коммуникация, эмоциональный фон, психологическая составляющая.*

Введение. Современное подрастающее поколение ведет активный образ жизни. В детях кипит энергия, которую необходимо направлять в правильное русло. Для этого и существует школьный музыкальный театр, который помогает детям приобщаться к искусству.

Новизна исследования заключается в понимании разностороннего развития детей, которые учувствуют в музыкальном театре. Такая творческая деятельность стимулирует развитие не только актерских талантов, но и способствует улучшению коммуникации среди сверстников, разностороннему развитию, создает положительный эмоциональный фон, улучшает взаимоотношения с родителями [3, с. 145].

Результаты исследования. В данной работе рассмотрен пример того, как участие в школьном музыкальном театре влияет на психологическую сторону жизни детей. Для этого в анкетирование приняли участие 20 человек (дети, которые занимаются в школьном музыкальном театре) и 20 детей, которые не посещают занятия в школьном музыкальном театре. С 10 детьми и 2 педагогами было проведено интервью. Это было необходимо для более глубокого понимания результатов анкетирования (см. Таблицу).

Таблица – Результаты анкетирования

<p>Развитие коммуникативных навыков</p>	<p>90% опрошиваемых, которые занимаются в школьном музыкальном театре, отметили, что им легче общаться со сверстниками. 70% опрошиваемых, которые не занимаются в школьном музыкальном театре, отметили, что они испытывают скованность в общении и редко первые начинают разговор. В ходе интервью выяснилось, что музыкальный театр часто выступает на фестивалях. Дети общаются не только между собой, но и со сверстниками из других школ. Это помогает им развивать коммуникативные навыки и быть открытыми к общению.</p>
<p>Стимулирование разностороннего развития</p>	<p>85% опрошиваемых, которые занимаются в школьном музыкальном театре отметили, что им интересно узнавать все новое. 85% опрошиваемых, которые не занимаются в школьном музыкальном театре, отметили, что у них нет тяги к развитию, они и так устают от школьной программы. В ходе интервью было установлено, что занятия в школьном музыкальном театре стимулируют познавательную активность детей и повышают их трудоспособность.</p>
<p>Создает положительный эмоциональный фон</p>	<p>100% опрошиваемых, которые занимаются в школьном музыкальном театре, отметили, что у них нет апатии, депрессии и плохих мыслей. Им интересна жизнь и все, что с ней связано. 90% опрошиваемых, которые не занимаются в дополнительных кружках, отметили, что часто у них плохое настроение и нет желания что-либо делать.</p>
<p>Взаимоотношения с родителями</p>	<p>90% опрошиваемых детей считают, что с момента начала посещения школьного музыкального театра, их отношения с родителями стали лучше. Дети чувствуют, что их родители ими по-настоящему гордятся. Только 30% детей, которые не посещают школьный музыкальный театр, ответили так же.</p>

Таким образом, школьный музыкальный театр оказывает положительное влияние на все области жизни его участников. Мне хотелось бы отметить, что подобное положительное влияние на жизнь ребенка могут оказывать и другие кружки, которые он посещает.

Более углубленное исследование влияния участия в школьном музыкальном театре на жизнь ребенка уместно провести с точки зрения психологической составляющей. Школьный музыкальный театр помогает детям лучше понимать свои эмоции и при этом учит их принимать рациональные решения. Проявление эмоций становится возможным поскольку в ходе участия в постановке ребенок полностью погружается в творческую атмосферу, где ничто не ограничивает его воображение. Каждая песня и поставленная сцена по-

гружает ребенка в творческую атмосферу, которая помогает ребенку самовыражаться [4, с.101].

Участие детей в музыкальном театре оказывает серьезное влияние на их психологическое развитие, формирование личных качеств. Главное место в этом развитии занимает становление самооценки и появление уверенности в себе. На сцене музыкального театра дети должны не только показывать свои вокальные возможности, но и уметь выходить из зоны комфорта и не бояться публичных выступлений [2, с. 108]. В процессе постановки спектакля дети неизбежно совершают ошибки и учатся принимать их без злости. Это помогает им в реальной жизни легче переносить неудачи. В процессе постановки музыкального спектакля дети постоянно общаются с руководителем группы и сверстниками. Такое взаимодействие помогает им осознать свою самооценку и определить какими сильными сторонами обладает каждый конкретный ребенок.

Развитие эмпатии и коммуникации между детьми внутри театрального кружка также оказывает большое влияние не психологическое развитие ребенка. Дети должны работать в коллективе, а значит, у них развивается навык слушать другого человека и оценивать его позицию. Таким образом, участие в музыкальном театре помогает ребенку освоить навыки активного слушания и избежания конфликтных ситуаций внутри коллектива. Дети учатся видеть ситуацию глазами других людей и понимать и принимать чужое мнение, которое не всегда совпадает с их собственным. В дальнейшей жизни этот навык будет полезным [1, с. 130].

Участие в театральных постановках формирует у детей эмоциональную интеллектуальность. В процессе постановки дети учатся испытывать целый спектр эмоций: от радость до грусти. Такое переживание не только помогает детям почувствовать новые эмоции, но и учиться справляться с эмоциями в безопасной для них среде.

Участие в музыкальном театре помогает развить творческое мышление и воображение. Дети погружаются в мир фантазии, где они могут творить что-то новое, основываясь на своих собственных чувствах. Творческое мышление учит детей мыслить нестандартно, что помогает спокойнее переживать неудачи в реальной жизни.

Выводы. Исследование объединяет анализ психологии развития, музыковедения и театральной педагогики для комплексного понимания воздействия музыкальных спектаклей на когнитивные, эмоциональные и социальные составляющие развития детей. В ходе исследования влияния школьного музыкального театра на жизнь детей, были

рассмотрены не только творческая сторона вопросы, но и психологическая. Такая позиция делает исследование актуальным и придает ему научную новизну.

Источники и литература

1. Ермакова Е. Ю. «Мультимедиа-театр» как эффективная образовательная практика: опыт эмпирического исследования. Инновационные технологии в кинематографе и образовании / Е. Ю. Ермакова, Т. А. Посакалова // Материалы и доклады VII Международной научно-практической конференции (г. Москва, 29-30 октября 2020 г.). – Москва: КУНА, 2020. – С. 266.

2. Корсунова Т. Н. Школьный театр и его воспитательное значение в Единой трудовой школе 1917–1931 годов / Т. Н. Корсунова // Вестник Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Педагогические и психологические науки. – 2022. – № 51 (70). – С. 108–119.

3. Рубцова О. В. Театральная деятельность как средство развития и обучения в подростковом возрасте: результаты эмпирического исследования / О. В. Рубцова, Т. А. Посакалова // Психологическая наука и образование. – 2020. – Т. 25, № 6. – С. 144–156.

4. Summer D. Therapeutic theatre with adolescents at-risk of school dropout: Doctoral dissertation / Summer D. // Digitalcommons: [сайт]. – Lesley University, 2018. – 149 p. – URL: https://digitalcommons.lesley.edu/expressive_dissertations/50/ (дата обращения: 11.11.2025).

Образовательно-воспитательный потенциал литературы народов Кавказа в современной российской педагогике

А. М. Канкошев,

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры педагогического образования, психологии и дефектологии гуманитарного факультета ГАОУ ВО «Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт»

Н. В. Бесчастнова,

кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры управления, информатики и общенаучных дисциплин Восточной экономико-юридической гуманитарной академии

В. И. Власова,

старший преподаватель кафедры хореографии ГАОУ ВО «Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт»

В исследовании анализируются возможности применения литературного наследия кавказских народов для решения актуальных задач российского образования. Научный интерес к данной проблематике обусловлен необходимостью разработки эффективных методик формирования межкультурной компетентности в условиях многонациональной образовательной среды. В работе предложены конкретные педагогические стратегии интеграции произведений кавказских авторов в учебно-воспитательный процесс.

Ключевые слова: *российское образование, кавказская литература, поликультурное воспитание, этнокультурный компонент, духовно-нравственное развитие, межнациональная коммуникация, образовательные инновации.*

Введение. Современная образовательная система России, в соответствии с требованиями федеральных государственных стандартов, актуализирует задачу формирования у обучающихся компетенций межкультурного взаимодействия. В условиях культурного многообразия российского общества особую значимость приобретает поиск педагогических ресурсов, направленных на воспитание толерантного сознания и уважительного отношения к культурным различиям.

Научная проблема исследования заключается в существующем противоречии между богатым воспитательным потенциалом литературы кавказских народов и его недостаточной реализацией в современной образовательной практике.

Целью исследования является теоретическое обоснование и практическое раскрытие образовательных возможностей литературного наследия Кавказа в контексте современных задач России.

Методологическую базу исследования составляют интегративный, культурологический и личностно-ориентированный подход к организации образовательно-воспитательной деятельности. Теоретической основой выступают концепции о значимой роли социокультурных условий в развитии общества и зависимости образовательного процесса от этнорегиональных особенностей.

Существенным методологическим ориентиром служит историко-педагогический опыт просветительской деятельности на Кавказе, демонстрирующий важность учёта региональной специфики в образовательной практике. Исторический анализ свидетельствует, что «уже в XIX столетии педагоги-просветители (К. П. Яновский, Л. Н. Модзалевский) аргументировали необходимость включения в образовательные программы изучения языков, истории и культурного наследия кавказских народов» [5, с. 7].

Результаты исследования. Современная педагогическая наука исходит из понимания того, что приобщение к культурным традициям своего народа составляет фундамент для формирования позитивного восприятия других культур. Этот процесс особенно значим в дошкольном и школьном возрасте, когда у детей формируются первичные представления об окружающем мире и закладываются основы ценностных ориентаций.

Литературное наследие народов Кавказа обладает существенным образовательно-воспитательным потенциалом, который может быть продуктивно реализован в современной педагогической практике. Особую значимость в этом аспекте имеют следующие направления.

Народная сказка как средство нравственного развития. Фольклорная сказка представляет собой один из наиболее действенных инструментов формирования духовно-нравственных характеристик личности. Как отмечают исследователи, «в народной сказке всегда присутствует мудрое наставление, руководство к правильной жизни, принципам дружбы» [3, с. 18]; «в яркой оппозиции добра и зла, фантастических и определённых по своей сути образа, выразительной речи, динамике событий заключены особенные

интересные и волнующие элементы восприятия детьми сказки как незаменимого средства формирования нравственно здоровой личности ребёнка» [7, с. 47].

Посредством народных сказок кавказских народов можно познакомить учащихся с жизнью этих народов в историческом прошлом, из которых они узнают много нового и познавательного о мужестве кавказских народов, и отваге и изобретательности, о сложной жизни в прежние времена, о том, как преобразовался Кавказ в последние десятилетия. Сказка способствует более лёгкому и комфортному усвоению эмоционально-нравственного опыта ребёнка, предлагая примеры путей решения конфликтных ситуаций.

Формирование поликультурной грамотности. Использование литературы народов Кавказа в образовательной деятельности создаёт благоприятные условия для развития поликультурной компетентности учащихся. Как подчёркивают исследователи, «в процессе тесного общения людей различных национальностей, происходящего в многонациональных коллективах, увеличения количества межнациональных семей, происходит активное взаимодействие народов, возникают предпосылки для уважения их этнически культур» [1, с. 23].

Знакомство с литературным наследием кавказских народов позволяет преодолеть стереотипные представления и сформировать позитивное отношение к культурному многообразию. Этот процесс особенно важен в старшем дошкольном и младшем школьном возрасте, когда, как отмечает Э. К. Сулова, примерно с пятилетнего возраста, «когда впервые складывается осознанное понимание существования разных народов, у детей начинает формироваться отношение к людям других национальностей» [4, с. 17].

Развитие этнокультурной идентичности. Литература народов Кавказа выступает действенным инструментом развития этнокультурной идентичности учащихся, принадлежащих к соответствующим этническим общностям. Как справедливо отмечает Г. Н. Волков, «культуру каждого народа нельзя представлять «как абстрактный монолит», к любой культуре нужно подходить дифференцированно, ибо у каждого народа свои исторические корни, своя культура» [2, с. 47].

Обращение к литературным произведениям, отражающим культурные коды и ценностные ориентации кавказских народов, способствует формированию у детей и молодёжи позитивной этнокультурной идентичности, осознанию принадлежности к богатым культурным традициям. Это особенно значимо в контексте сохранения и развития культурного многообразия России.

Для реализации воспитательного потенциала литературы народов Кавказа в современной образовательной практике необходимо создание определённых педагогических условий.

1. *Принцип межкультурного диалога.* Продуктивное использование литературного наследия кавказских народов требует реализации принципа межкультурного диалога, который предполагает не просто изучение произведений, а организацию содержательного сопоставления и взаимообогащения различных культурных традиций. Это способствует преодолению культурных барьеров и формированию общегражданской идентичности.

Исторический опыт демонстрирует результативность такого подхода. Ещё в XIX веке попечитель Кавказского учебного округа К. П. Яновский проводил политику, которая «минимально вмешиваясь в конфессиональные вопросы, не затрагивая местных традиций и обычаев, правительство действовало достаточно гибко, приобщая «инородцев» к русской культуре» [5, с. 17]. В настоящее время этот опыт может быть творчески переосмыслен и использован в новых социокультурных условиях.

2. *Системность и преемственность.* Работа с литературным наследием народов Кавказа должна характеризоваться системным и преемственным подходом на все уровни образования. Как отмечают исследователи, «для реализации формирования у дошкольников представлений о культуре народов Кавказа необходима планомерная работа по ознакомлению детей с особенностями их истории, традиций, обычаев» [6, с. 38].

Современные образовательные организации с многонациональным составом учащихся нуждаются в создании научно-методической базы образовательных программ, в которых учитывается многонациональность субъектов, вступающих во взаимодействие и участвующих в формировании позитивного отношения к многоэтнической культуре Кавказа.

Реализация образовательно-воспитательного потенциала литературы народов Кавказа предполагает разработку конкретных методик и приёмов работы.

1. *Проектная деятельность.* Организация исследовательских и творческих проектов, связанных с изучением литературного наследия кавказских народов. Это может включать сравнительное изучение сказок разных народов, исследование биографий и творчества выдающихся кавказских писателей, создание театрализованных постановок по мотивам народных произведений.

2. *Интеграция в учебные дисциплины.* Включение произведений литературы народов Кавказа в содержание различных предметов:

литературы, истории, обществознания, музыки, изобразительного искусства. Такой интегрированный подход способствует целостному восприятию культуры и установлению межпредметных связей.

3. *Организация учебной деятельности.* Разработка и реализация программ внеурочной деятельности, факультативов, кружков, посвящённых литературе и культуре народов Кавказа. Особую эффективность показывают формы работы, предполагающие непосредственное эмоциональное восприятие и творческую активность учащихся: литературные гостиные, фестивали культур, встречи с писателями и др.

Выводы. Литература народов Кавказа обладает значительным образовательным-воспитательным потенциалом, востребованным в контексте задач современной российской педагогики. Её продуктивное использование способствует решению актуальных проблем формирования поликультурной компетентности, развития духовно-нравственной сферы личности, укрепления общероссийской идентичности.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с разработкой конкретных методических материалов по интеграции литературного наследия кавказских народов в образовательные программы разных уровней, а также с экспериментальной проверкой эффективности предложенных педагогических условий и методов работы.

Обращение к литературе народов Кавказа в современном образовательном процессе – это не только признание культурного многообразия России, но и эффективный путь воспитания гармоничной личности, способной к конструктивному межкультурному диалогу в условиях многонационального общества.

Источники и литература

1. Булгакова С. Г. История и самобытность: воспитание на Северном Кавказе / С. Г. Булгакова, М. В. Богданова, Е. Н. Сорокина // Материалы XIV Международной студенческой конференции «Студенческий научный форум – 2022». – URL: <https://scienceforum.ru/2022/article/2018031391> (дата обращения: 10.11.2025).

2. Волков Г. Н. Этнопедагогика / Г. Н. Волков. – Москва: Академия, 2000. – 176 с.

3. Журат С. Г. Формирование эмоционально-положительного отношения к явлениям общественной жизни у детей 5-6 лет / С. Г. Журат, С. Н. Морозюк, Е. И. Корнеева // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2. – С. 18.

4. Сулова Э. К. Воспитание у детей этики межнационального общения / Э. К. Сулова // Дошкольное воспитание. – 1991. – № 7. – С. 16–18.

5. Трембикова А. А. Педагогические идеи К. П. Яновского и его образовательная деятельность на Северном Кавказе: дис. ... канд. пед. наук / А. А. Трембикова. – Ставрополь, 2005. – 158 с.

6. Ушинский К. Д. О народности в общественном воспитании / К. Д. Ушинский // Избранные педагогические сочинения. – Москва: Просвещение, 1968. – 53 с.

7. Черткочева В. Г. Формирование у детей старшего дошкольного возраста представлений о культуре народов Кавказа в процессе ознакомления с народной сказкой / В. Г. Черткочева // Научный журнал. – 2016. – № 5 (47).

Механизмы цифровизации культурного обучения между Россией и Китаем в сфере образования

Лю Хэнань,

*магистрант направления подготовки «Культурология»
ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»*

Благодаря инициативе «Один пояс и один путь» и цифровой трансформации, китайско-российское сотрудничество в области образования стало ядром гуманитарных обменов. Цифровые технологии расширяют возможности для взаимного обучения культур, но в настоящее время взаимное обучение является поверхностным и цифровым применением не систематизировано. В сочетании с соответствующими исследованиями в данной статье выявляются практические пути и инновационные направления расширения возможностей цифровизации.

Ключевые слова: *цифровая трансформация; китайско-российское сотрудничество в сфере образования; взаимное культурное обучение; практическая инновация.*

Введение. В настоящее время китайско-российское сотрудничество в области высшего образования сформировало многоотраслевую и многоуровневую архитектуру, совместное управление школами и трансграничные обмены создали прочную платформу для взаимного культурного обучения, а альянс вузов в приграничных районах способствовал первоначальному взаимодействию языковой культуры и образовательной концепции [2, с. 108]. Од-

нако взаимное культурное обучение в основном остается в поверхностных формах, таких как демонстрация фольклора, недостаточно культивируется глубокая ценностная идентичность, а опорная роль цифровых средств не проявлена в полной мере [3, с. 2]. Исследование Лэй Цинхуа [1, с. 111] показывает, что межкультурное взаимодействие укрепляет культурную самобытность и способствует инклюзивному симбиозу.

Результаты исследования. Для Китая и России взаимное культурное обучение в сотрудничестве в области образования является не только ключом к укреплению взаимного доверия, но и опорой для повышения международной конкурентоспособности образования. Цифровизация еще больше расширяет охват взаимного обучения и воспитывает глобальное видение молодежи [4, с. 45].

На этом фоне практический путь расширения возможностей цифровизации фокусируется на трех основных направлениях: совместная разработка специальных курсов взаимного культурного обучения и совместной библиотеки ресурсов, углубление передачи знаний с помощью модели «онлайн+офлайн» [3, с. 3]. Используя приграничные районы в качестве узлов, модернизировать сообщество высшего образования и опираться на цифровые платформы для осуществления регулярной трансграничной синергии между преподавателями, студентами и академическими кадрами [2, с. 110]. С помощью коротких видеороликов, виртуальных выставочных залов и других средств массовой информации учителей и учеников поощряются к совместному созданию культурного контента, его точному распространению с помощью больших данных и расширению аудитории взаимного обучения [1, с. 112]. Инновационное направление, в свою очередь, сосредоточено на совместной разработке стандартов аналитическими центрами, углублении опыта иммерсивного взаимодействия VR/AR, обеспечении устойчивости цифровой платформой управления, решении проблем адаптации технологий и культуры [4, с. 48].

Однако такие проблемы, как неравномерная цифровая инфраструктура, нехватка качественного контента, различия в стандартах и недостаточная цифровая грамотность учителей и учеников, по-прежнему ограничивают качество взаимного обучения [3, с. 4]. В связи с этим необходимо решить такие целенаправленные меры, как совместное строительство инфраструктуры, создание фонда создания контента, унификация стандартов трансграничного сотрудничества и усиление обучения грамотности [2, с. 112].

Выводы. Основываясь на двойном контексте цифровой трансформации и инициативы «Один пояс, один путь», в данной статье

систематически анализируется практическая логика и инновационные пути взаимного культурного обучения в китайско-российском сотрудничестве в области образования. Исследования показывают, что цифровые технологии являются основной опорой для решения проблем поверхностного и фрагментарного взаимного обучения культур, благодаря трем практическим путям – совместному строительству учебных программ, региональной координации и цифровой коммуникации, а также трем инновационным направлениям – взаимодействию аналитических центров, иммерсивного взаимодействия и модернизации механизмов, они могут эффективно повысить глубину и охват взаимного обучения. Несмотря на то, что в настоящее время мы все еще сталкиваемся с реальными проблемами, такими как инфраструктура, снабжение ресурсами и стыковка стандартов, мы можем постепенно решить их с помощью целенаправленных мер по оптимизации.

В будущем Китаю и России необходимо и дальше укреплять стратегическое взаимодействие, последовательно углублять интеграцию цифровых технологий и взаимного культурного обучения, чтобы цифровое расширение возможностей стало «основным двигателем» повышения качества и модернизации сотрудничества в области образования между двумя странами, чтобы придать более прочный импульс нормализации китайско-российских гуманитарных обменов и долгосрочной эффективности отношений стратегического взаимодействия и партнерства.

Источники и литература

1. 雷箐华. (2025). 中外民俗文化交流对当代社会文化认同的影响研究[J]. 中外文化交流, (02), 110-112. [Лэй Цинхуа. Исследование влияния китайских и зарубежных народных культурных обменов на современную социальную и культурную идентичность [J] // Культурные обмены между Китаем и зарубежными странами. – 2025. – № 2. – С.110–112].
2. 弥沙. (2025). “一带一路”背景下黑龙江省中俄高等教育共同体建构路径探赜[J]. 黑龙江高教研究, (10), 106-113. <https://doi.org/10.19903/j.cnki.CN23-1074/G.2025.10.016>. [Миша. Исследование путей построения китайско-российского сообщества высшего образования в провинции Хэйлунцзян в контексте «Одного пояса и одного пути» [J] // Исследования высшего образования в Хэйлунцзяне. – 2025. – № 10. – С. 106–113. – URL: <https://doi.org/10.19903/j.cnki.CN23-1074/G.2025.10.016>].
3. 王小飞, 闫丽雯, & 姜晓燕. (2020). 教育数字化转型的机遇与策略——来自中俄国家教育智库研究的启示[J]. 中国教育信息化, (07), 1-4. [Ван Сяо-

фэй. Возможности и стратегии цифровой трансформации образования – про-
свещение из исследований китайско-российских национальных аналитических
центров образования [J] // Сяофэй Ван, Ливэнь Янь, Сяоянь Цзян // Информатиза-
ция образования в Китае. – 2020. – № 7. – С. 1–4].

4. 罗婉琦, & 谢晨露. (2025). 新时代中俄高等教育合作的成效、挑战与优化
策略[J]. 世界教育信息, (04), 44-51. [Ло Ваньци. Эффективность, вызовы и стра-
тегии оптимизации китайско-российского сотрудничества в области высшего об-
разования в новую эпоху [J] / Ваньци Ло, Чэньлу Се // Всемирная информация об
образовании. – 2025. – № 4. – С. 44–51].

Педагогические тенденции духовно-нравственного развития личности студентов

В. И. Рашковская,

*доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры
музыкально-инструментального искусства*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

*В статье анализируются две педагогические тенденции духовно-нрав-
ственного развития личности: сциентизация и эстетизация. Показана их
значимость и педагогический потенциал в духовно-нравственном развитии
личности студента. Приводится необходимость введения духовных крите-
риев и этических категорий в обе педагогические тенденции при использо-
вании их как средств духовно-нравственного развития личности.*

Ключевые слова: *духовное развитие, сциентизация, эстетизация, синкре-
тичность, иерархия ценностей, этические категории, клиповое мышление.*

Введение. Интеграция России в мировое педагогическое про-
странство требует интенсивных поисков путей духовно-нравственно-
го развития личности в образовательной сфере. Актуальной причиной
нерешённых проблем в этом направлении является педагогическая
тенденция отделения интеллектуального и эстетического развития от
этических норм, стремление отождествить потенциал внутреннего
мира личности с её интеллектуальным или эстетическим становлени-
ем без духовно-нравственной составляющей.

В педагогике духовно-нравственного развития не может быть «демократии идей». Образование должно способствовать формированию духовно-нравственных чувств, умению сделать правильный выбор, морально самоопределиться, построить иерархию духовных ценностей.

Проблема духовно-нравственного развития личности разработана в ряде теоретико-методических работ (А. Алексеенко, Ш. Амонашвили, Б. Вульф, В. Зеньковский, В. Кан-Калык, С. Пролеев, Л. Сулова, К. Ушинский, Т. Флоренская, Е. Шестун и др.). Вместе с тем приведенная проблема изучена не в полной мере, что и определило тему данной статьи.

Цель – проанализировать педагогические тенденции духовно-нравственного развития личности в современном образовании.

Результаты исследования. Современная педагогика предусматривает две тенденции в решении проблемы духовно-нравственного развития личности студентов – сциентизацию и эстетизацию.

Первое направление акцентирует на доминировании значимости интеллектуального развития, формировании «интеллектуалоида», «гомункула», как у Парацельса. Актуально звучит цитата В. Розанова: «... слова Парацельса об искусственном, помимо природы, способе образования человека невольно припоминаются... при попытке образовать, уединяясь от истории, человеческую душу» [7, с. 4].

Аналогичную мысль приводит в книге «Педагогика» В. Зеньковский: «Громадное упущение в школе – это то, что организация внутреннего мира остаётся без всякого внимания. Должен быть восстановлен идеал целостности воспитания, чтобы оно охватывало всю личность ребенка, должна быть одновременно с этим восстановлена иерархия педагогических ценностей» [4, с. 31].

Важно подчеркнуть, что обучение в вузе – это не только время накопления профессиональных знаний, но и время становления личности, развития её внутреннего мира, формирования иерархии ценностей. Вместе с тем доминирование интеллектуальной составляющей учащихся направляется на достижение материального благополучия и удачной карьеры. Знания, без моральных критериев, – нейтральны, неясно куда направит свои знания специалист и не исключено, что пополнит криминальные структуры. Н. Гоголь подчёркивал, что «ум идёт вперёд, когда идут вперёд все нравственные силы в человеке, и стоит без движенья и даже идёт назад, когда не поднимаются нравственные силы» [2, с. 115].

История науки убедительно доказывает, что великие научные истины открывались духовным, нравственным ученым (Ньютон, Кеплер, Декарт,

Паскаль и др.). В этой связи учёные должны быть носителями духовно-нравственного мировоззрения. В противном случае они становятся, по словам М. Салтыкова-Щедрина, «дипломированными лакеями».

Н. Гоголь писал: «...ум не есть высшая в нас способность. Его должность не более, чем полицейская: он может только привести в порядок и расставить по местам всё, что у нас уже есть. Он сам не двинется, покуда не двинутся в нас другие способности, от которых он умнеет» [2, с. 125].

Под «другими способностями» подразумевается наличие духовного измерения и критериев в науке. Введение этических категорий в сугубо материалистический мир современной науки, её поворот к духовному миру человека, свидетельствует об одностороннем характере научных достижений, напоминающих пирровы победы. Безнравственность разрушает науку, как и любую сферу человеческой деятельности.

Аналогичная ситуация в нашей системе образования. В этой связи предупреждения Ф. Достоевского звучат весьма актуально: «Если негодяю дать высшее образование, то из него получится утончённый негодяй, весьма страшный и опасный для общества» [3, с. 189].

Современная наука интенсивно работает над созданием искусственного интеллекта, трансплантацией, генной инженерией, однако изменить человека к лучшему, пока не может, ибо пренебрегает значимостью духовно-нравственного измерения внутреннего мира личности. Пророчески звучат слова Н. Гоголя, предупреждавшего, что понятие «свет» будет заменено у нас «просвещением», что свет науки, свет формул, свет учебников потушат свет любви, свет души [2, с. 95].

Целесообразно обратиться к педагогическим наработкам Древнего мира. Так, в античности процесс познания носил синкретичный характер. В нём невозможно было выделить какую-то отдельную науку, отдельную мораль и отдельное искусство. Древние греки выражали этические понятия в числах, находили математические соотношения, на которых зиждется красота. Понятия «наука», «мораль», «искусство» использовались ими для определения различных аспектов познания, но не для разделения и абсолютизации одного из них. Секрет гармонического единства в познании был в неразделимости познавательного и духовно-нравственного начал. Греки ориентировались на достижение нравственного совершенствования и бескорыстного служения науке и искусству, которые служат средствами очищения души (катарсиса).

Знания, подчиненные только утилитарным целям, становятся разрушительной силой, что иллюстрирует XXI век. Ныне развитие

морали и духовности отстает от развития ума. Отрыв от этических ценностей, ориентация на рациональные знания вне связи с духовными ориентирами, ведут к деградации личности.

Так, использование в современном образовании информационных технологий приводит к формированию клипового мышления учащихся. Они не способны долго концентрироваться на информации, заметно снижается их способность к анализу. В результате падает уровень успеваемости и снижается коэффициент усвоения знаний. При этом происходят изменения внутреннего мира личности: ослабляется чувство сопереживания, резко падает «градус сочувствия», личность становится податливой к манипуляциям и негативному влиянию.

Проанализируем вторую педагогическую тенденцию – эстетизацию. Следует отметить, что в аксиологическом плане искусство часто стоит выше науки. Во-первых, в искусстве художественные ценности не обесценивают и не перечёркивают предыдущих, как в науке. Как писал В. Гюго, «Данте не перечёркивает Гомера». Более того, искусство ставило и продолжает ставить проблемы внутреннего мира личности, её становления и деградации, проблемы смысла и цели жизни. Характерно, что искусство подчас вникает в них значительно глубже, чем соответствующие специализированные науки – психологические, социологические, медицинские и пр.

В этой связи целесообразно обратиться к наработкам древнерусской педагогики. Педагогика Древней Руси, подчёркивая значение интеллектуального развития, акцентировала на первичности духовного воспитания и вторичности «учения книжного». Считалось, что успешность последнего целиком зависит от уровня духовно-нравственного развития учащегося. Подчеркивалось, что его познавательные способности меняются в зависимости от изменения внутреннего мира. Поэтому древнерусская педагогика полагала, что внешнее знание должно обеспечиваться золотым запасом внутреннего, духовного мира личности, а не формальным образованием [5, с. 92].

В древнерусском изобразительном искусстве были найдены адекватные художественно-композиционные формы для воплощения путей духовно-нравственного возрастания личности (каноничность, иконичность, обратная перспектива, соборность др.). В качестве примера, можно привести икону «Прибавление ума», полное ее название – «Прибавление ума – ключ понимания». Икона художественными приёмами учит не увеличению количества знаний, а их упорядочению, открывает пути развития духовного разума и под-

нения личности до духовного уровня знаний и её онтологическому приобщению к духовному миру [1].

При этом важно подчеркнуть, что мировая сокровищница искусства насчитывает многие произведения высокохудожественной эстетизации зла. «Красноречивыми являются «координаты» современного искусства: «театр абсурда», «культ насилия», «эстетика безобразного» и пр. Художественный и аксиологический анализ этих произведений свидетельствует, что эстетический потенциал в них не всегда соответствует этическому. Поэтому педагогике важно наработать методики для не восприятия зла, а эстетический потенциал искусства необходимо измерять духовными критериями.

Кроме того, изучение произведений искусства использует интегрирует научный и художественный анализы. Необходимость их применения поэтически высказал Сальери в «Моцарте и Сальери» А. С. Пушкина:

Звуки умертвив,

Я музыку разъял как труп,

Поверил я алгеброй гармонию... [6, с. 395].

«Поверить алгеброй гармонию» в Древней Греции совершил математик и философ Пифагор (VI–V вв. до н. э.), определив пропорции «золотого сечения», которые остаются актуальными в современном искусстве (музыка, скульптура, архитектура, живопись и др.). Пифагор, как философ, полагал, что знание математики крайне необходимо философам. Поэтому на фронтоне храма Аполлона в Дельфах, где он был верховным жрецом, надпись гласила: «Да не войдет сюда, не знающий геометрии». Таким образом, в полноценном, целостном процессе духовно-нравственного развития личности значимы обе анализируемые педагогические тенденции.

Выводы. Педагогические тенденции духовно-нравственного развития личности: сциентизация и эстетизация – актуальны в современном образовании. Однако их использование становится эффективным только при условии введения духовных критериев, определяющих их педагогический потенциал.

Источники и литература

1. Богословие образа. Икона и иконописцы: антология. – Москва: Паломник, 2002. – 464 с.
2. Гоголь Н. В. Авторская исповедь / Н. В. Гоголь. – Псков: ВФК, Псков. отд-ие, 1990. – 128 с.
3. Достоевская А. Г. Воспоминания / А. Г. Достоевская; примеч. С. В. Белова, В. А. Туниманова. – Москва: Правда, 1987. – 544 с.

4. Зеньковский В. В. Педагогика / В. В. Зеньковский. – Москва: Православный Свято-Тихонов. Богослов. ин-т, 1996. – 156 с.
5. Петров В. М. Три Эпифания в педагогической мысли Московской Руси / В. М. Петров // Педагогика. – 1997. – № 6. – С. 91–98.
6. Пушкин А. С. Избранные сочинения / А. С. Пушкин. – Москва: Художественная литература, 1978. – 751 с.
7. Розанов В. В. Сумерки просвещения / В. В. Розанов; [сост. В.Н. Щербаков]. – Москва: Педагогика, 1990. – 624 с.

Актуальные тенденции в формировании танцевальных навыков в контексте бальной хореографии

Д. И. Федина,

*магистрант 3 курса направления подготовки
«Хореографическое искусство»*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры искусств и туризма»

*О. М. Минина — научный руководитель,
доцент, заведующая кафедрой хореографии*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры искусств и туризма»

В статье рассматриваются актуальные вопросы подготовки танцоров в бальной хореографии с акцентом на инновационные подходы, которые могут способствовать не только повышению уровня мастерства, но и развитию творческого потенциала каждого танцора. Предлагается компактная методико-педагогическая модель, синтезирующая техническую подготовку, адаптивную импровизацию и телесную осознанность для комплексного развития танцевального мастерства.

Ключевые слова: *бальная хореография, педагогические подходы, танцевальные навыки, соматические техники, импровизация, партнерская коммуникация, телесная осознанность.*

Введение. Современный танцевальный спорт предъявляет все более комплексные требования к исполнителям бальной хореографии, что актуализирует пересмотр традиционных педагогических под-

ходов. Ключевой тенденцией становится интеграция соматических техник, творческой импровизации и партнёрской коммуникации в учебный процесс. Данные методы позволяют танцорам развивать не только техническое мастерство, но и внутреннюю выразительность, необходимую для соответствия стилистике современных соревнований. Как отмечается в исследованиях, «наряду с техникой внешней, выражающейся в умении исполнять все трудные технические элементы, спортсмену-танцору необходимо обладать и техникой внутренней – актерским мастерством».

Акцент на соматических практиках способствует повышению телесной осознанности, что является фундаментом для предотвращения травм и улучшения качества движений. Параллельно упражнения на партнёрскую коммуникацию формируют навыки невербального взаимодействия, критически важные для синхронного исполнения в паре. Творческая импровизация, в свою очередь, развивает адаптивность и вариативность движений, позволяя танцорам гибко реагировать на изменения музыкального ритма и действий партнёра. Таким образом, современные педагогические инновации направлены на создание целостного исполнителя, гармонично сочетающего техническую точность с артистизмом и психофизической устойчивостью.

Цель исследования: анализ методико-педагогической модели, обеспечивающей комплексное развитие танцевальных навыков в бальной хореографии путем интеграции современных подходов.

Результаты исследования. Традиционные программы подготовки в бальной хореографии зачастую сохраняют дисбаланс между интенсивной технической репетицией и развитием сопутствующих навыков. Анализ многих соревновательных программ указывает на то, что «практически все дуэты исполняют первые серии лучше, чем последующие», что свидетельствует о концентрации на отработке изолированных элементов в ущерб целостности танца [5, с. 5]. Такой дисбаланс приводит к недооценке развития музыкальности, вариативности движений и указывает на недостаточный уровень технической подготовленности современных исполнителей в контексте бальной хореографии. Танцоры, уделяющие чрезмерное внимание механическому повторению шагов, часто демонстрируют снижение выразительности и эмоциональной наполненности исполнения в финальных частях танца. Отсутствие систематической работы над телесной осознанностью повышает риск травматизма, а недостаток практики импровизации ограничивает способность адаптироваться к непредвиденным ситуациям на паркете [3, с. 65]. Эти системные проблемы подчеркивают

необходимость перехода к более сбалансированным и комплексным методикам обучения.

В ответ на выявленные проблемы предлагается компактная методико-педагогическая модель, синтезирующая техническую подготовку, адаптивную импровизацию и телесную осознанность. Структурно она состоит из трёх взаимосвязанных модулей: первый модуль фокусируется на базовой и продвинутой технике с акцентом на целостность исполнения; второй модуль развивает навыки импровизации и музыкальной интерпретации; третий модуль интегрирует соматические практики для профилактики травм и повышения психофизической устойчивости. Критериями эффективности модели служат объективные показатели артистов: улучшение качества исполнения ключевых элементов танца, снижение частоты ошибок в финальных сериях, повышение баллов за музыкальность и партнёрское взаимодействие [4, с. 50]. Эмпирические данные подтверждают, что включение заданий на улучшение психологического контакта, как отмечается в исследованиях, значительно повышает синхронность и эмоциональную согласованность в паре [1, с. 68]. Таким образом, модель обеспечивает комплексное развитие всех аспектов танцевального мастерства.

Для успешного внедрения модели в практику предлагаются конкретные алгоритмы интеграции в тренировочный процесс. Рекомендуется выделять отдельные сессии для каждого модуля, постепенно увеличивая их сложность и продолжительность. Например, упражнения на партнёрскую коммуникацию следует вводить на ранних этапах обучения, используя ролевые игры и задания на невербальную обратную связь. Оценка результатов должна проводиться регулярно через комбинированные тесты, включающие техническую оценку элементов, импровизационные задания и анализ видеозаписей исполнения для выявления прогресса в телесной осознанности и профилактике травм [6, с. 250]. Перспективы стандартизации подходов в педагогике балетного танца связаны с дальнейшей апробацией модели в различных учебных заведениях и танцевальных школах. Необходимо разработать унифицированные методические рекомендации и оценочные шкалы, позволяющие объективно измерять развитие ключевых навыков. Дальнейшие исследования должны быть направлены на адаптацию модели для разных возрастных групп и уровней подготовки, а также на изучение её долгосрочного воздействия на карьеру танцоров. Реализация данных шагов позволит повысить качество педагогической практики, уменьшить риск травм и усилить конкурентоспособность российских танцоров на международной арене [2, с. 29].

Выводы. Предложенная модель, подкрепленная эмпирическими данными, направлена на устранение дисбаланса в развитии ключевых навыков танцоров и обеспечивает комплексное развитие, необходимое для достижения высоких результатов в современном танцевальном спорте. Перспективы дальнейших исследований и апробации модели позволят стандартизировать подходы к подготовке танцоров, снизить риск травм и повысить их конкурентоспособность на международной арене.

Источники и литература

1. Бабаджанов А. М. Преодоление социально-психологических проблем, препятствующих вовлечению детей и подростков в регулярные занятия физической культурой и спортом / А. М. Бабаджанов // Молодежь и общество. – 2012. – № 3. – С. 68–72.

2. Го Чжиго. Современные тенденции развития профессиональной деятельности педагога хореографического образования / Чжиго Го // Наука и образование: теория, исследования, практика. – 2023. – № 2. – С. 25–29.

3. Зиновьева Т. С. Методика технической подготовки спортсмена-танцора в ансамблевом исполнении спортивных бальных танцев / Т. С. Зиновьева, М. Н. Юрьева // Вестник тамбовского университета. Серия гуманитарные науки. – 2016. – № 9. – С. 63–71.

4. Ильянова А. В. Повышение эффективности обучения паттерн танцам посредством упражнений различной ритмической структуры / А. В. Ильянова // Гуманитарный научный вестник. – 2025. – № 5. – С. 48–52.

5. Кузовникова Т. Б. Европейский конкурсный бальный танец и методика его преподавания: методические указания по организации контролируемой и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся / Т. Б. Кузовникова. – Барнаул: Алтайский государственный институт культуры, кафедра бальной хореографии, 2023. – 38 с.

6. Омарова Р. М. Структура успешности совершенствования парного взаимодействия в танце «румба» танцоров 14-15 лет / Р. М. Омарова, А. С. Гареева // Культура физическая и здоровье. – 2023. – № 4. – С. 249–252.

Расширение прав и возможностей серебряного возраста и реконструкция цивилизации: роль образования пожилых людей в формировании культуры современного общества

*Цзоу Сунмин,
аспирант факультета культуры и искусств
ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»
(Чита, Россия), Открытый университет Гуаньююань (Гуаньююань, Китай)*

*Ю. В. Иванова — научный руководитель,
доктор философских наук,
профессор ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»*

В статье рассматривается центральная роль образования пожилых людей в формировании культуры развития современного общества с точки зрения культуры. Автор предлагает трехмерную аналитическую основу, объясняющую, как образование для пожилых людей способствует процессу демократизации культуры, оживляет традиционные культурные ресурсы, способствует культурной интеграции между поколениями.

***Ключевые слова:** пожилое образование, развитие культуры, культурный капитал, передача между поколениями, обучение на протяжении всей жизни, культурное формирование.*

Введение. Демографические преобразования в эпоху глобализации вызывают глубокие культурные изменения. Согласно докладу ООН «Мировые демографические перспективы 2022», доля населения мира в возрасте 65 лет и старше составит около 10% в 2022 году. Ожидается, что к 2030 году доля пожилого населения мира приблизится к 12 процентам, а к 2050 году она достигнет 16 процентов. Старение мирового населения становится все более очевидным [9]. В этом контексте современная культура развития, основанная на традиционной концепции «рост-экспансия», сталкивается с серьезными проблемами: прогрессивные концепции, способы производства и системы ценностей, основанные на структуре молодого населения, трудно адаптироваться к потребностям культурной адаптации, вызванным фундаментальными изменениями в структуре населения.

Результаты исследования. Образование для пожилых людей, как ключевая стратегия борьбы со старением населения, имеет далеко идущее значение за рамки повышения индивидуальных навыков и имеет далеко идущие последствия для изменения культуры социального развития. Теория культурного капитала французского социолога Пьера Бурдьё утверждает, что система образования является важным полем культурного воспроизводства [4]. Традиционно эта теория применяется в основном к раннему образованию подростков и взрослых, при этом недостаточно внимания уделяется функции образования пожилых людей в культурном формировании. В этой статье утверждается, что образование для пожилых людей становится ключевым механизмом формирования новой культуры социального развития путем переопределения социальной роли и культурной ориентации пожилых людей.

Реконструкция культурного капитала: возвращение субъективности от потребления к производству. Образование для пожилых людей перевернуло традиционное представление о том, что пожилые люди – «потребители культуры», и способствовало их переходу в статус «производителей культуры». Теория потребностей американского ученого Говарда Маккласки указывает на то, что пожилые люди имеют сильную потребность в вкладе и влиянии [7]. Благодаря участию в образовательных проектах опыт, навыки и мудрость, накопленные пожилыми людьми, систематизируются, теоретизируются и превращаются в передаваемый «культурный капитал пожилых людей».

Эта реконструкция культурного капитала имеет двойное культурное значение. С одной стороны, она разрушает неизбежную связь между возрастом и снижением способностей и строит новое культурное восприятие, согласно которому «старение не равно деградации», с другой стороны, это заставляет общество осознать, что пожилые люди являются не только наследниками культуры, но и создателями культуры. Например, курсы «негенетического наследия», проводимые университетами для пожилых людей по всему Китаю, не только позволили сохранить традиционные навыки, но и дали им новые формы, соответствующие современной эстетике, и осуществили творческую трансформацию традиционной культуры.

Передача культуры между поколениями: строительство мостов от разрыва к интеграции. Теория культурной памяти немецкого ученого Яна Ассманна подчеркивает, что преемственность культуры зависит от передачи памяти между поколениями [3]. В быстро меняющемся современном обществе традиционная модель семейной передачи от

поколения к поколению ослабевает, в то время как образование для пожилых людей обеспечивает структурированную платформу для культурного диалога между поколениями с помощью институционализированных форм «совместного обучения зеленого серебра» и «устной истории».

Эти образовательные практики эффективно смягчили кризис культурного разрыва в современном обществе. Благодаря организации совместного обучения и взаимного обучения пожилых людей и молодого поколения, цифровые навыки и инновационное мышление молодых людей могут быть переданы как пожилым людям, так и жизненная мудрость и историческая память пожилых людей молодому поколению, формируется двусторонний механизм культурного отрывания. Эта культурная модель интеграции поколений обеспечивает практическую основу для построения культуры инклюзивного развития.

Развитие культуры обучения на протяжении всей жизни: переход парадигмы от инструментов к ценностям. Популяризация образования для пожилых людей способствовала переходу концепции обучения от «фронтальной загрузки» (то есть обучение сосредоточено на ранней стадии жизни) к «распределению на протяжении всей жизни», что изменило культурное понимание ценности обучения в современном обществе. Американский ученый Ричард Эдвардс отметил, что формирование общества обучения на протяжении всей жизни является не только изменением системы образования, но и глубокой трансформацией культуры обучения [5].

Тот факт, что пожилые люди широко участвуют в образовании, посылает обществу культурный сигнал о том, что «обучение-это путешествие, проходящее через жизнь», и бросает вызов линейной концепции жизненных этапов «учеба-работа-выход на пенсию». Эта культурная трансформация способствует перераспределению социальных ресурсов и способствует дружественной трансформации городских общественных пространств, культурных объектов и цифровых платформ для всех возрастов, тем самым закрепляя культурную концепцию обучения на протяжении всей жизни на материальном и институциональном уровнях.

Содействие процессу демократизации культуры. Образование для пожилых людей способствует демократизации культурного производства и распространения путем расширения права на участие в культуре. В традиционных обществах право на культурный дискурс часто сосредоточено на интеллектуальной элите и молодых группах, в то время как образование для пожилых людей предоставляет обычным

пожилым людям возможность и способность выражать свою культуру. Такие проекты, как «Клубы чтения для пожилых людей» и «Курсы письма для серебряного возраста», проводимые в общинах по всему Китаю, позволили жизненному опыту и жизненному мышлению простых пожилых людей войти в сферу общественной культуры, обогатив разнообразие и инклюзивность общества и культуры.

Демократизация культуры отражается не только на уровне производства контента, но и в плюрализме критериев культурной оценки. «Эстетика пожилых людей», возникшая в художественном образовании для пожилых людей, и стиль «повествования о жизни», сформированный в литературном творчестве для пожилых людей, расширяют границы традиционной эстетики и побуждают общество переосмыслить фундаментальные вопросы, такие как «что такое хорошая культура» и «кто имеет право определять культуру».

Активизация традиционных культурных ресурсов. Образование для пожилых людей является важным механизмом выживания и развития традиционной культуры в современном обществе. Японский ученый Тоси Кимура отметил, что жизненная сила традиций заключается не в опечатании, а в творческом сочетании с современной жизнью [2]. Благодаря систематическому изучению, систематизации и передаче местных знаний, традиционных навыков и народной культуры проект образования для пожилых людей делает эти культурные ресурсы больше не образцами в музеях, а живой культурой, которую можно изучать, практиковать и вводить новшества.

Пожилые люди знакомы с традиционной культурой и испытывают социальные изменения и знают, как заставить эти идеи укорениться в быстро меняющуюся цифровую эпоху. Этот «двойной опыт» дает им возможность стать самыми убедительными практиками культурных инноваций [1]. Ориентируя пожилых слушателей на инновации продукции в сочетании с современными дизайнерскими концепциями, традиционные навыки оживляют новую рыночную жизненную силу. Эта модель «активизации и наследования» обеспечивает жизнеспособный путь для выживания и развития традиционной культуры в современном обществе.

Содействие культурной интеграции между поколениями. Образование для пожилых людей эффективно способствует культурному пониманию и интеграции между различными возрастными группами путем создания структурированного пространства для взаимодействия между поколениями. Теория психосоциального развития американского психолога Эрика Эриксона подчеркивает, что взаимопомощь и

забота между поколениями являются основой психического здоровья и социальной гармонии [6].

Проекты обучения между поколениями, основанные на образовании пожилых людей, такие как «Дом многих поколений» в Германии и «Класс для дедушек и внуков» в Китае, предоставляют пространство для совместного обучения и творчества разным поколениям. В этих пространствах молодое поколение приобретает чувство исторической непрерывности и культурной принадлежности, а старшее поколение обновляет структуру знаний и смягчает чувство социального отчуждения, формируя новую межпоколенческую культуру, характеризующуюся «общением старых и молодых людей и симбиозом мудрости». Эта культурная интеграция не только уменьшает напряженность между поколениями в стареющем обществе, но и обеспечивает парадигму культурной интеграции для борьбы с другими факторами социального разделения.

Проблемы и перспективы: формирование новой культуры развития, возглавляемой образованием пожилых людей. Несмотря на то, что образование для пожилых людей демонстрирует огромный потенциал в формировании и развитии культуры, его дальнейшее развитие все еще сталкивается со многими проблемами: во-первых, в обществе все еще существуют стереотипы о способности пожилых людей к обучению, а культурная концепция «быть старым и не учиться» еще не коренным образом изменена; во-вторых, региональный дисбаланс образовательных ресурсов для пожилых людей ограничивает широту их культурного влияния; наконец, система оценки достижений в области образования для пожилых людей все еще несовершенна, и трудно в полной мере продемонстрировать ее культурную ценность.

В Инчхонской декларации, опубликованной ЮНЕСКО в 2015 году, подчеркивается, что «обучение на протяжении всей жизни является основной движущей силой достижения устойчивого развития» [8]. В этих рамках образование для пожилых людей больше не является просто стратегическим инструментом для борьбы со старением населения, но и культурной силой, которая ведет общество к более инклюзивному, мудрому и устойчивому направлению. Изменяя культурное восприятие обществом старости, процесса обучения и ценности жизни, образование для пожилых людей способствует формированию совершенно новой культуры социального развития, которая рассматривает возрастное разнообразие как ценный ресурс, обучение на протяжении всей жизни как основную ценность и солидарность между поколениями как социальную основу, что в конечном итоге ведет к

новой форме цивилизации, которая инклюзивна для всех возрастов и развивается на протяжении всей жизни.

Выводы. Для решения вышеуказанных проблем образование для пожилых людей должно развиваться в следующих направлениях: 1) усиление научных исследований, пропаганда «способности пожилых людей к обучению», устранение культурных основ возрастной дискриминации; 2) содействие глубокой интеграции цифровых технологий и образования для пожилых людей, расширение доступности качественных образовательных ресурсов; 3) создание диверсифицированного механизма оценки, чтобы всесторонне измерить всестороннюю ценность образования для пожилых людей с точки зрения индивидуального роста, культурного наследия и социальной гармонии.

Источники и литература

1. Сюй Ли. Активизация человеческих ресурсов пожилых людей стимулирует энтузиазм к «двум инновациям» в серебряных волосах [J] / Ли Сюй // Образование для пожилых людей (университет для пожилых людей). – 2025. – № 9.

2. Тоси Кимура. Культурная история стариков [M] / Кимура Тоси. – Токио: Издательство Токийского университета, 2009.

3. Assmann J. Cultural memory and early civilization: writing, remembrance, and political imagination [M] / J. Assmann // Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

4. Bourdieu P., Richardson J. The forms of capital [M] // Handbook of theory and research for the society of education // New York: Greenwood Press, 1986. – pp. 241–258.

5. Edwards R. Changing places? Flexibility, lifelong learning and a learning society [M] // London: Routledge, 1997. – 214 p.

6. Erikson E. The life cycle completed: extended version with new chapters on the ninth stage of development [M] // New York: W. W. Norton & Company, 1982. – 144 p.

7. Grabowski S., Mason W. D. Education for aging: the scope of the field and perspectives for the future [M] // Learning for aging. Washington, D.C.: Adult Education Association of the USA, 1974. – pp. 324–365.

8. UNESCO. Incheon Declaration: Education 2030 – Towards inclusive and equitable quality education and lifelong learning for all [R] // World Education Forum, Incheon, Korea R., 2015. – 5 p.

9 United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2022: Summary of Results [EB/OL]. – URL: <https://www.un.org/development/desa/pd/content/World-Population-Prospects-2022> (дата обращения: 10.11.2025).

Цифровое художественное образование и культурные инновации: исследование путей художественной коммуникации в эпоху технологической интеграции

Чжан Лусинь,

аспирант, преподаватель

докторант ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»
Сямэньский колледж внешнеэкономических и художественных технологий

С. Б. Дагбаева – научный руководитель,

доктор психологических наук, доцент,

заведующая кафедрой теоретической и прикладной психологии
ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»

В статье исследуется культурная ценность и инновационные пути цифрового художественного образования в контексте технологической интеграции. На основе культурно-психологического и педагогического подходов раскрывается потенциал цифровых средств для формирования эстетического опыта, развития креативного мышления и межкультурной коммуникации. Отмечается, что цифровая педагогика в области искусства становится инструментом культурного самоопределения и синтеза традиции и инновации.

Ключевые слова: цифровое художественное образование, культурная коммуникация, инновации, технологическая интеграция, арт-психология, эстетический опыт, креативность, межкультурное взаимодействие.

Введение. Современное развитие технологий радикально меняет не только производственные и экономические процессы, но и структуру гуманитарного знания. Искусство, являясь медиатором между человеком и культурой, все активнее осваивает цифровые формы существования. В условиях цифровизации образование в сфере искусства приобретает новое значение – оно становится не только способом обучения, но и пространством культурного самовыражения и междисциплинарного диалога [1, с. 23-24].

Цель данного исследования – определить культурно-ценностные основания и инновационные направления развития цифрового худо-

жественного образования, выявить педагогические механизмы его интеграции в образовательную систему и межкультурное пространство.

Методологическую основу исследования составляют:

– культурно-психологический подход (Л. С. Выготский, Дж. Брунер), раскрывающий процесс творческого обучения как механизм формирования смыслов;

– социокультурная теория образования, согласно которой художественное восприятие является средством социокультурной коммуникации [6, с. 112];

– цифровая педагогика, предполагающая использование технологий VR, AR, AI для формирования новых форм визуального мышления и межкультурного диалога [5, с. 47–49].

Для достижения цели использовались методы контент-анализа, сравнительного и феноменологического анализа цифровых практик художественного образования в России и Китае.

Результаты исследования. Цифровое художественное образование является инструментом не просто технической модернизации обучения, но культурного обновления общества. Через цифровые технологии происходит реконфигурация культурного кода – традиционные формы искусства получают новую жизнь в виртуальном пространстве [4, с. 58–60].

В рамках цифровых платформ (виртуальные музеи, онлайн-галереи, интерактивные курсы) создается новый тип культурной коммуникации, в котором обучающийся становится не потребителем, а соавтором. Это способствует развитию рефлексивного эстетического опыта и понимания культурного разнообразия.

Современные технологии (3D-моделирование, AI-дизайн, цифровая живопись, метасценаграфия) открывают возможности для интерактивного обучения, где границы между учителем и учеником становятся гибкими.

Например, использование VR-платформ в курсах композиции и дизайна позволяет моделировать художественные пространства, что усиливает эмоциональное восприятие и пространственное мышление студентов [2, с. 87–89].

В китайской практике всё чаще применяются элементы искусственного интеллекта как партнёра в творческом процессе: программы анализа цвета, генеративные нейросети, создающие визуальные вариации, становятся инструментами развития художественного мышления, а не заменой человека.

В эпоху глобализации цифровое искусство становится платформой диалога культур.

Опыт сотрудничества художественных вузов Китая и России (например, совместные VR-экспозиции, международные онлайн-курсы) демонстрирует, что цифровые средства позволяют передавать культурные смыслы вне языковых границ.

Так формируется новый тип креативной идентичности, объединяющей технологическую грамотность и культурную эмпатию. Цифровое искусство становится пространством межкультурного взаимопонимания и толерантности [3, с. 132–134].

Выводы. Цифровое художественное образование представляет собой важнейшее направление культурной модернизации в эпоху технологической интеграции. Оно объединяет традиции и инновации, формирует у студентов не только профессиональные навыки, но и способность к культурному самоопределению и эстетическому мышлению.

Ключевая задача дальнейшего развития данной области – формирование этической и гуманистической основы цифровой педагогики, обеспечение баланса между технологическим прогрессом и культурной идентичностью.

Источники и литература

1. Иванова Е. П. Культурно-психологические аспекты цифровой педагогики / Е. П. Иванова // Педагогика и искусство. – 2023. – № 2. – С. 22–30.
2. Ли Ю. Цифровое обучение в художественных вузах Китая: новые практики / Ю. Ли // Художественное образование и общество. – 2023. – № 5. – С. 85–92.
3. Хэ Ц. Межкультурное взаимодействие в цифровой среде искусства / Ц. Хэ, Й. Брун // European Review. – 2023. – № 2. – С. 130–137.
4. Цзян Л. Цифровое наследие и художественные инновации / Л. Цзян // Культура и искусство. – 2024. – № 4. – С. 56–63.
5. Bennett J. Digital Pedagogy and the Arts / J. Bennett. – London: Routledge, 2022. – 210 p.
6. Bruner J. Acts of Meaning / J. Bruner. – Cambridge, Harvard University Press, 2021. – 180 p.

Театральное искусство как инструмент формирования культурной идентичности (на примере Крыма)

С. П. Шендрикова,

доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры философии, культурологии и межкультурных коммуникаций ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В представленных материалах рассматриваются вопросы, касающиеся насущных проблем современного общества в контексте формирования культурной (гражданской) идентичности. На примере Крымского полуострова, имеющего многовековой опыт мирного (толерантного) сосуществования представителей разных национальностей, а значит – языков и культур, автор делится мыслями о роли и месте театрального искусства как одного из педагогических инструментов в вопросах обучения и воспитания.

Ключевые слова: культура, идентичность, ментальность, язык, полиэтничность, театр, репертуар, Крым.

Введение. Актуальность заявленной тематики не вызывает сомнений. Современный театр является одним из важнейших видов отечественного искусства. Именно поэтому Концепция долгосрочного развития театрального дела в РФ, одобренная распоряжением Правительства от 10 июня 2011 г. № 1019-р, декларирует основополагающую роль театра в самореализации личности, в гуманизации общества и сохранении национальной самобытности русской культуры: «Театральное искусство в современной России занимает особое место в продвижении человеческого потенциала, в создании благоприятных предпосылок для плодотворной реализации способностей каждого человека, улучшения условий жизни российских граждан и качества социальной среды» [5].

Целью исследования является репрезентация исторического опыта в контексте использования театрального искусства как педагогического инструмента в формировании культурной идентичности человека.

В работе автором использованы классические методы исторического исследования, позволившие посредством ретроспективного ана-

лиза показать необходимость широкого применения театральных постановок для решения задач, связанных с культурной идентичностью в полиэтничном обществе. Здесь особое место отводится диахронному методу, использованному для анализа художественных стилей, культурных традиций и других аспектов культуры. Это помогло понять, как с течением времени и смены эпох изменялись ценности и мировоззрение людей.

Результаты исследования. На всех этапах своей истории театр призван воспитывать и развивать общество в лучших гуманистических традициях. Слова классика русской литературы Н. В. Гоголя: «Театр ничуть не безделица и вовсе не пустая вещь. Это такая кафедра, с которой можно много сказать миру добра» красноречиво подтверждают эти мысли [8, с. 178–180].

Отталкиваясь от общей тематики конференции, следует указать на абсолютно заслуженную роль театрального искусства в решении проблем формирования культурной (гражданской) идентичности. В этом ключе первостепенную роль играет язык, как главный носитель культурного кода человека. В современной педагогике имеется внушительный спектр наработок по обучению и воспитанию детей в полиэтничном обществе с привлечением различных видов искусства, где, на наш взгляд, «пальма первенства» заслуженно принадлежит театру.

В данном контексте справедливо обратиться к демографии Крыма в рамках национального кластера. По данным переписи за 2021 г., третье место в рейтинге численности занимают украинцы (171,1 тыс. человек, или 7,7%); второе место принадлежит крымским татарам (253,6 тыс. человек, или 11,4%); первое место – русским (1,71 млн человек, или 76,4%) [4, с. 144]. Кроме этого на полуострове проживают представители татар, белорусов, армян, азербайджанцев, узбеков, молдаван, евреев, корейцев, греков, поляков, цыган, чувашей, болгар, немцев, мордвы, грузин, турок, таджиков, марийцев, караимов, крымчаков.

Этот момент демонстрирует ненадуманную актуальность национального образования в Крыму, который своими корнями уходит в глубокое средневековье. Красноречивым примером тому выступает Зынджырлы-медресе, основанное ханом Менгли I Гераем в 1500 г. в пределах современного Бахчисарая [7, с. 138–141]. Обращаясь к новейшей истории, нельзя не вспомнить об одном из главных проповедников прогрессивного обучения в Крыму – Исмаиле бее Гаспринском, который настаивал на обучении крымских татар не только родному, но и русскому языку. В этом случае просветитель указывал на откры-

вающиеся возможностями для крымскотатарского народа в контексте цивилизационных процессов не только своего государства, но и далеко за его пределами. Выступив пионером джадидистского движения, И. Гаспринский ратовал за двуязычное обучение мусульманских народов России, разработав программы и учебники для новометодных школ [1, с. 120].

Советская эпоха для Крыма стала поворотным моментом в контексте языковой политики, а значит, и культурной идентичности крымчан. В 1954 г. Крым из состава РСФСР был передан в границы УССР. Данный внутривластный и исторический этап впоследствии стал одним из факторов обучения двуязычию. Во всех школах полуострова, кроме Севастополя, наряду с русским, полноценно изучался украинский язык. Обращаясь к демографии, следует привести данные о количественных показателях национальных школ по данным Министерства образования Республики Крым (далее – РК) на сегодняшний день. Согласно статистике по изучению родных языков и обучению на родных языках в дошкольных и общеобразовательных организациях РК в 2024/2025 учебном году в РК функционировало 530 общеобразовательных организаций (229,9 тыс. учащихся). В соответствии с Конституцией РК, Законом РК от 06.07.2015 № 131-ЗРК/2015 «Об образовании в Республике Крым» по желанию родителей учащихся, в общеобразовательных организациях РК ведется обучение на трех государственных языках РК:

- на русском – 222,2 тыс. учащихся (96,63% от общего количества обучающихся);
- на крымскотатарском – 7,6 тыс. учащихся (3,3 % от общего количества обучающихся);
- на украинском – 164 учащихся (0,07% от общего количества обучающихся).

Кроме того, по желанию родителей родному языку в специализированных классах обучалось: армянскому (96 детей), греческому (83 ребенка), болгарскому (33 ребенка). Анализ данных показателей говорит о том, что такой подход к обучению в первую очередь является верным залогом определения культурной идентичности, а также гарантом взаимопонимания и взаимодействия в полиэтничном обществе. Здесь оправданно следует обратиться к ретроспективному анализу культурной истории Крыма на примере театральных постановок.

Марк Лукич Кропивницкий (1840–1910) – драматург, театральный деятель конца XIX– начала XX в., режиссер, актер, композитор, художник, в свое время – один из основоположников малороссийского

национального профессионального театра. Отечественная история театрального искусства говорит о том, что 70-е годы XIX в. в Российской Империи были отмечены всплеском театрального движения. Киев, где царским правительством было разрешено ставить пьесы на украинском языке, отличался особой активностью [9, с. 143]. Опять же уровень грамотности населения в большинстве малороссийских губерний Империи составлял 10–20%. В этой связи «Театр Корифеев», созданный М. Л. Кропивницким в 80-е годы XIX в., стал одним из незаменимых источников культурного и просветительского прогресса для провинциальной глубинки.

На этом фоне важным видится подчеркнуть, что именно М. Л. Кропивницкий для новейшей украинской культуры «проложил дорогу» в Крым. Театральная история полуострова и, в частности, Симферополя гордится многочисленными гастролями малороссийской труппы и тем, что артист работал в Дворянском театре крымской столицы в 1876–1877 гг., что подтверждает одна из дневниковых записей Марка Лукича: «Служив я в Симферополі у Л. Яковлева, з дебюта в ролі городничого в «Ревізорі» [3, с. 7]. Следует сказать, что активные гастрольные туры различных малороссийских коллективов приходится на 80-е годы XIX– начало XX в. [2, с. 193].

Первые гастроли труппы М. Л. Кропивницкого в Крыму состоялись в начале сентября 1886 г. опереттой «Наталка Полтавка» по пьесе И.П. Котляревского [6]. Согласно «Первой всеобщей переписи населения Российской Империи 1897 г.» национальный состав Таврической губернии (исключая Бердянский, Днепровский и Мелитопольский уезды, но включая Севастопольское градоначальство – территория Крыма) представлял собой следующую картину. Общее количество населения составило 546 592 граждан, из которых: крымских татар – 194 294; русских – 180 963; украинцев – 64 703; немцев – 31 590; евреев – 24 168; греков – 17 114; армян – 8 317; белорусов – 2 053.

Ссылаясь на данные статистики, можем сделать вывод о том, что наряду с украинцами среди театральных поклонников конца XIX – начала XX в. были представители иных национальностей. В дневниковых записях М. Л. Кропивницкий оставил теплые воспоминания о том, что частыми посетителями малороссийских постановок была крымскотатарская знать, не стеснявшаяся выражать свои положительные эмоции на самобытный юмор и народные песни.

Выводы. Вышеизложенный материал красноречиво говорит о том, что незнание языка для крымских театралов различных национальностей не являлось табу в контексте посещения национальных поста-

новок. Напротив, посредством театральных вечеров, разные национальности приобщались к литературному слову, драматургии, музыке, народным традициям и добрососедству, при этом сохраняя свою идентичность. Наряду с этим следует заметить, что в конце XIX – начале XX в. в Крыму работали национальные труппы. Одним из примеров тому является крымскотатарский театр, в репертуаре которого самой популярной была постановка «Алим – крымскотатарский разбойник», главным героем которой являлся национальный Робин Гуд. Это свидетельство того, что театральное искусство уже в XIX – начале XX в. в таком полиэтничном регионе, как Крым, наряду с формированием культурной идентичности служило серьезным инструментом в контексте изучения языков народов полуострова.

Источники и литература

1. Ганкевич В. Ю. На службе правде и просвещению: краткий биографический очерк Исмаила Гаспринского (1851–1914) / В. Ю. Ганкевич. – Симферополь: Доля, 2000. – 327 с.
2. Журнал «Артист». Хроника. Малороссийская труппа под управлением М. Л. Кропивницкого. – Кн. 4. – (декабрь) – Москва. 1889. – С. 193.
3. Киричок П. Крим і українська культура: посібник / П. Киричок, М. Киричок. – Симферополь: Атлас – компакт, 2005. – 35 с.
4. Крымская весна: развитие Республики Крым и города федерального значения Севастополь в 2014–2023 годах: статистический сборник / Крым-стат. – Симферополь, 2024. – 189 с.
5. Об одобрении Концепции долгосрочного развития театрального дела в Российской Федерации до 2020 года: распоряжение Правительства РФ от 10 июня 2011 г. № 1019 – р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2011. – № 25. – Ст. 3650. – С. 8074–8096.
6. Театр // Севастопольский листок. – 1886. – 5 сент. – № 105.
7. Шендрикова С. П. Взгляды Решита Медиева на народное образование крымских татар (по материалам личного фонда) / С. П. Шендрикова // Культура народов Причерноморья. – Симферополь, 2001. – № 22. – 292 с.
8. Шендрикова С. П. К вопросу об истории становления русского профессионального театра в Крыму / С. П. Шендрикова // Культура народов Причерноморья. – Симферополь, 2010. – Т. 2, № 183. – 324 с.
9. Історія української культури; за загал. ред. І. Крип'якевича. – 4 вид., стереотип. – Київ: Либідь, 2002. – С. 143.

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ТУРИЗМ,
МУЗЕЙНОЕ И БИБЛИОТЕЧНОЕ
ДЕЛО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Стратегия совершенствования событийного туризма как фактор развития индустрии туризма в Российской Федерации

В. В. Алексеенко,

магистрант 1 курса направления подготовки «Туризм»

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Э. Э. Ибрагимов — научный руководитель, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье рассматривается стратегия совершенствования событийного туризма как одного из ключевых факторов развития индустрии туризма в Российской Федерации. Анализируются современные тенденции, проблемы и вызовы, а также предлагаются направления стратегического развития событийного туризма. Определено, что событийный туризм играет важную роль в формировании имиджа страны, стимулировании внутреннего туризма и привлечении иностранных туристов.

Ключевые слова: *событийный туризм, стратегия развития, индустрия туризма, имидж региона, инфраструктура, маркетинг, инновации, кадровое обеспечение, современные условия.*

Введение. Событийный туризм является одним из наиболее динамично развивающихся направлений индустрии туризма. Он включает посещение фестивалей, спортивных соревнований, культурных мероприятий, выставок и конференций. В современных условиях событийный туризм играет важную роль в формировании имиджа региона, привлечении инвестиций и развитии внутреннего туризма.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью поиска эффективных стратегий развития событийного туризма в России, учи-

тывая растущую конкуренцию на международном туристском рынке и потребность в диверсификации туристских продуктов.

Исследованием данной проблемы занимались такие авторы, как Д. Гетц [5], Н. П. Иванова [4], В. А. Алексеев [3], однако вопрос разработки стратегии современного туризма требует дальнейших исследований, так как:

современная индустрия туризма в России сталкивается с новыми вызовами, связанными с глобальной конкуренцией и изменением туристских предпочтений;

- отсутствует единая концепция интеграции событийного туризма в общенациональную стратегию развития туризма;
- недостаточно разработаны механизмы оценки эффективности событийных мероприятий и их влияния на социально-экономическое развитие регионов;
- требуется адаптация международного опыта к российским условиям, учитывающим культурные, исторические и инфраструктурные особенности;
- необходимо формирование устойчивой системы государственно-частного партнёрства для финансирования и продвижения событийного туризма.

Цель статьи – определить стратегию совершенствования событийного туризма как фактора развития индустрии туризма в РФ.

Результаты исследования. Событийный туризм в научной литературе рассматривается как особое направление туристской деятельности, связанное с посещением специально организованных мероприятий, имеющих культурное, спортивное, деловое или развлекательное значение.

По мнению Д. Гетца, событийный туризм представляет собой комплексное явление, включающее планирование, организацию и анализ событий, которые становятся инструментом формирования туристского продукта и влияют на социально-экономическое развитие территорий [5].

Н. П. Иванова отмечает, что событийный туризм в России является перспективным направлением, способным повысить конкурентоспособность отечественной туристической индустрии. Он рассматривается как фактор диверсификации туристских услуг и средство привлечения внутреннего и въездного туризма [4]. В. А. Алексеев определяет событийный туризм как совокупность практик, связанных с организацией и проведением мероприятий, которые формируют уникальный туристский продукт и способствуют развитию региональной экономики [3].

Таким образом, событийный туризм можно рассматривать как стратегический инструмент развития индустрии туризма, обеспечивающий формирование имиджа региона, стимулирование экономической активности и укрепление культурной идентичности.

Роль событийного туризма в индустрии туризма:

- стимулирует развитие гостиничного бизнеса, транспортной инфраструктуры и сферы услуг;
- способствует формированию положительного имиджа региона и повышению его узнаваемости;
- событийные мероприятия создают мультипликативный эффект: рост занятости, увеличение налоговых поступлений, развитие малого бизнеса.

Современное состояние событийного туризма в РФ

В России ежегодно проводится более 3 тыс. фестивалей, спортивных и культурных мероприятий. Наиболее известные события: Международный культурный форум в Санкт-Петербурге, фестиваль «Золотая маска» в Москве, «Казанский марафон», «Сабантуй» в Татарстане, «Алые паруса» в Санкт-Петербурге. Несмотря на рост числа меропр-

Примеры крупнейших событийных мероприятий в регионах РФ

Регион	Событие/ мероприятие	Характеристика и значение для туризма
Москва	Фестиваль «Золотая маска»	Театральный фестиваль федерального уровня, привлекающий туристов из разных стран.
Санкт-Петербург	Праздник выпускников «Алые паруса»	Массовое культурное событие, ежегодно собирающее десятки тысяч зрителей.
Казань (Татарстан)	Национальный праздник «Сабантуй»	Традиционный этнокультурный фестиваль, укрепляющий имидж региона как центра культурного туризма.
Сочи	Международный кинофестиваль «Кинотавр»	Крупнейшее событие в сфере кино, способствующее развитию культурного туризма.
Владивосток	Восточный экономический форум	Международное деловое событие, формирующее имидж региона как центра делового туризма.
Нижний Новгород	Фестиваль «Горький fest»	Кинофестиваль, способствующий развитию культурной среды и привлечению туристов.

ятий, многие регионы сталкиваются с проблемами недостаточной инфраструктуры и слабого маркетингового продвижения.

Основные проблемы развития событийного туризма:

- недостаток финансирования и инвестиций;
- ограниченная транспортная доступность некоторых регионов;
- недостаточная подготовка кадров в сфере организации событий;
- слабая интеграция событийного туризма в общую стратегию регионального развития.

Схема стратегии развития событийного туризма

Основные блоки стратегии:

Инфраструктура – развитие гостиничного фонда, транспортной доступности, создание современных площадок для проведения мероприятий.

Маркетинг – продвижение событий через цифровые технологии, социальные сети, формирование бренда региона.

Инновации – внедрение новых форматов мероприятий, использование AR/VR, интерактивных технологий.

Кадры – подготовка специалистов в области событийного менеджмента, маркетинга и организации туризма.

Партнерство – развитие государственно-частного взаимодействия, привлечение инвесторов и бизнеса.

Эти блоки взаимосвязаны и образуют единую систему: инфраструктура создаёт основу для проведения мероприятий, маркетинг обеспечивает их продвижение, инновации делают события уникальными, кадры обеспечивают профессиональную организацию, а партнёрство объединяет ресурсы государства и бизнеса.

Выводы. Совершенствование событийного туризма требует комплексного подхода, включающего инфраструктурные, технологические, маркетинговые и кадровые меры. Реализация предложенной стратегии позволит повысить конкурентоспособность российского туризма, увеличить туристический поток и укрепить имидж страны на международной арене.

Источники и литература

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя редакция). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения 02.11.2025).

2. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». – URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 07.12.2025).

3. Алексеев В. А. Событийный туризм: теория и практика / В. А. Алексеев. – Москва: Академия туризма, 2022.
4. Иванова Н. П. Туристическая индустрия России: современные вызовы и перспективы / Н. П. Иванова. – Санкт-Петербург: Питер, 2023.
5. Getz D. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events / D. Getz. – Routledge, 2019.

Проблемы формирования кадрового потенциала в туристической индустрии Российской Федерации

Н. В. Астахов,

*магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

Э. Э. Ибрагимов — научный руководитель,

*доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой туризма, менеджмента и
социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье рассматривается проблема кадрового дефицита в туристической индустрии России, которая остаётся серьёзным барьером для её устойчивого развития. Выявлены основные причины кризиса: несоответствие образовательных программ запросам рынка, низкая престижность профессий, нехватка управленческих кадров, географическая неравномерность распределения специалистов и недостаточное внимание к soft skills.

Ключевые слова: *туристско-информационный центр, внутренний туризм, цифровизация, туристическая инфраструктура, национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», гостеприимство, качество обслуживания.*

Введение. Туристическая индустрия в России переживает период активного роста, обусловленного как государственной поддержкой внутреннего туризма, так и изменением геополитической конъюнктуры. Однако, несмотря на расширение туристической инфраструктуры, открытие новых гостиниц, маршрутов и рекреационных зон,

отрасль сталкивается с хроническим дефицитом квалифицированных кадров. Проблема формирования кадрового потенциала предприятий туристической индустрии остаётся одной из самых острых и системных, поскольку напрямую влияет на качество сервиса, конкурентоспособность регионов и устойчивость всей отрасли. Нехватка профессионалов ощущается на всех уровнях – от линейного персонала (горничные, администраторы, экскурсоводы) до управленческого звена (менеджеры по продажам, директора отелей, специалисты по маркетингу). При этом причины кадрового голода многогранны: они кроются как в сфере образования, так и в экономике, социальной политике и корпоративной культуре.

Результаты исследования. В современных условиях развития туристической индустрии в Российской Федерации одной из ключевых проблем является несоответствие образовательных программ реальным потребностям рынка. Многие вузы и колледжи продолжают готовить специалистов по устаревшим учебным планам, в которых упор делается на теоретические дисциплины – историю туризма, основы географии, общую экономику – при недостаточном внимании к практическим навыкам: работе с CRM-системами, цифровому маркетингу, межкультурной коммуникации, управлению клиентским опытом. Выпускники зачастую не владеют современными инструментами бронирования (например: Amadeus, Sabre), не умеют работать с аналитикой в Google Analytics или Яндекс.Метрике, не знают основ антикризисного менеджмента в туризме [8]. В результате работодателям приходится тратить значительные ресурсы на дополнительное обучение персонала, что особенно болезненно для малого и среднего бизнеса.

Вторая серьёзная проблема – низкая привлекательность профессии в сфере туризма для молодёжи. Сфера туризма и гостеприимства в массовом сознании до сих пор ассоциируется с сезонной, низкооплачиваемой и «непрестижной» работой. Особенно это касается должностей в сфере обслуживания: горничных, официантов, администраторов на ресепшене. Молодые люди предпочитают устраиваться в IT, ритейл или логистику, где зарплаты выше, а условия труда стабильнее [5, с. 17]. В регионах с высокой туристической нагрузкой, таких как Сочи, Крым или Байкал, ситуация усугубляется сезонностью – большинство предприятий активно работают только 4–5 месяцев в году, что делает занятость нестабильной и не позволяет строить долгосрочную карьеру [7].

Третья проблема – нехватка управленческих кадров среднего и высшего звена. Если с линейным персоналом можно хотя бы частично решить проблему за счёт миграционных потоков, то с руководителя-

ми ситуация сложнее. В России крайне мало специалистов, способных эффективно управлять современным отелем, туроператорской компанией или туристическим кластером в соответствии с международными стандартами [4]. Многим владельцам бизнеса приходится совмещать функции собственника и управляющего, что снижает эффективность. Особенно остро нехватка профессиональных управляющих ощущается в новых туристических проектах – например, в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [2].

Четвёртая проблема – недостаточная мобильность кадров и географическая неравномерность распределения специалистов. Квалифицированные работники концентрируются в крупных городах и федеральных центрах, в то время как в перспективных, но отдалённых регионах (Дальний Восток, Арктика, сельские территории) наблюдается острая нехватка кадров [7]. При этом механизмы перераспределения кадров – такие как программы релокации, жилищные субсидии, надбавки за работу в труднодоступных районах – развиты слабо. Например, в Республике Алтай, несмотря на рост интереса к этнотуризму и треккингу, местные гостиницы и турбазы испытывают нехватку гидов-переводчиков, специалистов по безопасности на маршрутах и маркетологов, способных продвигать продукт на международном уровне.

Пятая проблема – отсутствие системной системы повышения квалификации и профессионального развития. В отличие от стран с развитой туристической индустрией (Турция, ОАЭ, Таиланд), где работодатели регулярно отправляют сотрудников на курсы, сертификацию и стажировки, в России обучение часто воспринимается как дополнительная нагрузка или лишняя трата средств [6]. Особенно это касается малого бизнеса, где бюджеты на обучение минимальны. В результате сотрудники работают по накатанной схеме, не осваивают новые технологии и не адаптируются к меняющимся запросам туристов.

Шестая проблема – недостаточная вовлечённость работодателей в образовательный процесс. Несмотря на то, что в последние годы активно развиваются программы практико-ориентированного обучения, получения двойных дипломов и создания образовательных кластеров, реальное участие предприятий в формировании учебных планов остаётся формальным. Работодатели редко участвуют в экзаменационных комиссиях, не предоставляют оборудование для учебных классов, не разрабатывают кейсы на основе реальных ситуаций. В то же время есть и успешные примеры.

Седьмая проблема – недооценка навыков межличностного общения. Современный туристический сервис требует не только техниче-

ских знаний, но и высокого уровня эмоционального интеллекта, стрессоустойчивости, креативности и умения работать в мультикультурной среде [3]. Однако ни в образовательных учреждениях, ни на предприятиях этим компетенциям не уделяется должного внимания. В результате даже технически грамотный сотрудник может испортить впечатление от всего путешествия из-за грубости, безразличия или неумения разрешать конфликты. Особенно это актуально для точек первого контакта – ресепшенов, информационных стоек, колл-центров.

Несмотря на масштабность проблем, в России предпринимаются шаги по их решению. В рамках национальных проектов «Образование» и «Туризм и индустрия гостеприимства» запущены программы по модернизации СПО, созданию опорных центров компетенций в сфере туризма, внедрению стандартов WorldSkills [1]. В 2023 году в 15 регионах России открылись центры профессионального мастерства по направлениям «Гостиничный сервис», «Туризм» и «Ресторанный сервис». Также активно развивается дистанционное обучение – например, платформа «Сириус.Курсы» предлагает бесплатные модули по цифровому туризму и клиентскому сервису [4].

Однако системного прорыва можно достичь только при условии комплексного подхода: обновления образовательных стандартов с участием работодателей; повышения престижа туристических профессий с помощью СМИ и карьерных фестивалей; создания мотивационных программ для работы в регионах (жильё, надбавки, карьерные лифты); развития корпоративного обучения и наставничества; внедрения цифровых инструментов оценки и подбора персонала.

Выводы. Без решения кадрового вопроса любые инвестиции в инфраструктуру рискуют оказаться неэффективными. Именно человеческий капитал остаётся главным конкурентным преимуществом туристической индустрии XXI века. И пока в России не будет выстроена устойчивая система подготовки, привлечения и удержания кадров, отрасль будет расти, но с ограничениями её потенциала.

Источники и литература

1. Об утверждении Стратегии развития туризма РФ на период до 2035 г.: Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/documents/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/> (дата обращения: 12.10.2025).
2. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» // Минэкономразвития РФ: [сайт]. – URL: <https://www.economy.gov>.

ru/material/file/a81991a24c1e7e7b4c1b0f70e81f1467/NP_Turizm_i_industriya_gostepriimstva.pdf (дата обращения: 15.10.2025).

3. Верна В. В. Инновационные кадровые технологии в практике управления персоналом современных предприятий / В. В. Верна // Известия Международной академии аграрного образования. – 2016. – № 28. – С. 27–31.

4. Гунько А. Н. Проблемы подготовки кадров для индустрии туризма в условиях цифровой трансформации / А. Н. Гунько // Вестник сервиса. – 2023. – № 4. – С. 22–31.

5. Ибрагимов Э. Э. Эффективность управления персоналом предприятий туристической отрасли / Э. Э. Ибрагимов, В. В. Верна // Экономика и управление: теория и практика. – 2021. – Т. 7, № 2. – С. 13–20.

6. Макарова А. А. Развитие профессиональных компетенций персонала в туристической отрасли / А. А. Макарова, В. В. Верна // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VI Международной научно-практической конференции (п. Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13–14 мая 2021 г.). – Симферополь: ИТ«Ариал», 2021. – С. 161–164.

7. Рынок труда в сфере туризма и гостеприимства: аналитический обзор / Москва: Ростуризм, Ассоциация туроператоров России (АТОР), 2024. – 48 с.

8. Петрова Е. В. Несоответствие профессиональных компетенций выпускников вузов требованиям работодателей в сфере туризма / Е. В. Петрова // Туризм: теория и практика. – 2024. – № 2. – С. 45–53.

Туризм: ключевые показатели и тенденции развития

А. А. Антонова,

*кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье представлена общая характеристика современного этапа развития туризма в Российской Федерации. Проанализированы соответствующие официальные статистические показатели и выявлена динамика существующих изменений на общенациональном и региональном уровнях. Выявлены характерные особенности и перспективы дальнейшего развития отечественной туристской индустрии.

Ключевые слова: туризм, развитие, экономика, показатель, туристские поездки, динамика.

Введение. Туризм представляет собой одну из ведущих отраслей мировой экономики, уверенно наращивающей масштабы как по численности занятых, так и по показателю валового внутреннего продукта. Являясь своеобразным межотраслевым комплексом, туризм рассматривается как движущая сила социально-экономического развития многих стран, в том числе и отечественной экономики [1, с. 2344]. В данных условиях особую актуальность имеет рассмотрение существующих тенденций, определение ключевых показателей отрасли и перспектив дальнейшего развития.

Цель статьи – представить общую характеристику современного этапа развития туризма в Российской Федерации, выявить характерные особенности и направления его дальнейшей трансформации.

Результаты исследования. Согласно действующим нормативно-правовым документам, развитие отечественной отрасли туризма ориентировано на формирование и продвижение конкурентоспособного туристского продукта, как на внутреннем, так и на международном туристских рынках, обеспечение социальной доступности туристских услуг (формата отдыха и оздоровления) [2, с. 2].

Следует отметить, что отечественный туристский рынок характеризуется наличием явных конкурентных преимуществ: в мировом рейтинге по количеству объектов всемирного наследия ЮНЕСКО Россия занимает 10-е место, а по количеству объектов всемирного природного

наследия ЮНЕСКО – 4-е место. Согласно Глобальному рейтингу конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма Всемирного экономического форума, Российская Федерация находится на 39-й позиции. При этом по частному индексу «Природные и культурные ресурсы» страна занимает 20-е место из 140 рассматриваемых стран [3, с. 178].

При этом официальные статистические показатели также свидетельствуют о имеющей место динамике развития отрасли. В частности, по итогам 2024 г. на территории России было зафиксировано рекордное значение туристских поездок с 2002 г. – 90,1 млн (с размещением в коллективных средствах размещения). При этом наиболее длительные поездки были характерны для Республики Крым (7,1 ночи), Ставропольского края (6,7 ночи), Кабардино-Балкарской Республики (6,1 ночи) и Краснодарского края (5,4 ночи). Помимо прочего, явно прослеживается тенденция к увеличению частоты, но сокращению продолжительности туристских поездок.

Ввиду сложившейся геополитической ситуации основу для развития рынка составляет внутренний туризм. Количество поездок россиян в 2024 г. на 6,7% превышает показатель предшествующего периода. В сравнении с уровнем рассматриваемого показателя за 2019 г. соответствующий прирост составил гораздо большее значение (30,3%). Наиболее активными туристами традиционно являются жители крупнейших агломераций: Московской, Санкт-Петербургской, Нижегородской и Казанской.

В качестве позитивных изменений можно также отметить активизированный формат работы по продвижению туристского потенциала России в приоритетных странах ближнего и дальнего зарубежья. При этом традиционные регионы-лидеры по количеству туристских поездок сохраняют свои позиции (Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Республика Татарстан, Нижегородская область и Республика Крым).

Позитивная динамика зафиксирована и по показателю номерного фонда, который увеличился на 2023–2024 гг. на 34,3 тысяч номеров, соответственно количество мест в номерах увеличилось на 188,1 тысяч, достигнув значения в размере 3,2 тыс. мест. В частности, подобная ситуация связана с реализацией комплекса действенных программ поддержки отрасли. Регионами-лидерами по объему номерного фонда являются Краснодарский край, г. Москва, Республика Крым, Московская область и Санкт-Петербург. Если же учитывать динамику изменений за 2020–2025 гг., то наряду с наличием традиционных регионов-лидеров, имеет место постепенное перераспределение остального турпотока на новые направления (Дальний Восток, Север и Кавказ).

Ситуация с выездным туризмом также характеризуется позитивной динамикой: за 2024 год россияне совершили 27,36 млн поездок за рубеж (этот показатель на 8% больше в сравнении с уровнем 2023 г.). Цены на услуги выездного туризма за год выросли на 14,8%, что превышает рост цен на внутренний туризм в виду более высокой доли транспортной составляющей в стоимости выездных поездок. Следует отметить, что средние цены на поездки по отдельным зарубежным направлениям (в частности, в страны Средней Азии) оказались ниже цен на отдых в Республике Крым.

Помимо прочего, среди основных трендов можно выделить рост популярности автотуризма. Так, по итогам 2024 г. было верифицировано 66 автомобильных маршрутов с 469 точками притяжения, а к октябрю 2025 года планируется наличие 109 маршрутов с 1400 точками притяжения. Оценивая динамику изменения макроэкономических показателей, следует выделить определённые особенности:

- увеличение выручки у туристической индустрии на 25% за период 2023–2024 гг.;
- наращиванием объема инвестиций в основной капитал (на 19,4% за рассматриваемый период);
- устойчивый рост экспорта туристических услуг;
- превалирование индекса физического объема туристической отрасли в сопоставлении со средним показателем по экономике (107,7 в сравнении с 104,4 соответственно в 2024 г. [4, с. 2–7]).

Выводы. Современный этап развития туризма в России характеризуется качественной трансформацией, устойчивым ростом и реализацией значительного природно-ресурсного потенциала. Ключевыми задачами на перспективу остаются диверсификация региональных турпродуктов, сбалансированное развитие инфраструктуры и усиление интеграции в меняющуюся структуру мирового туристского рынка. На фоне активного развития туристической отрасли в России существуют и системные проблемы, которые сдерживают её полномасштабный рост. Ключевые вызовы при этом преимущественно связаны с инфраструктурными ограничениями, транспортной доступностью туристических дестинаций, аспектами нормативно-правового регулирования отрасли и кадровым дефицитом. Таким образом, имеющие место позитивные тенденции способны обеспечить дальнейшее устойчивое развитие отрасли при условии оперативного и успешного решения комплекса имеющихся проблемных аспектов, реализации в полной мере имеющегося уникального природно-ресурсного потенциала территории.

Источники и литература

1. Перспективы развития внутреннего туризма в современных условиях / А. Н. Русина, О. В. Карпычева, Е. А. Якимова, Д. А. Лихман // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11, № 10. – С. 2343–2356.
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». – URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/strategiya_razvitiya_turizma_v_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2035_goda_utverzhdena_rasporyazheniem_ot_20_sentyabrya_2019_g_2129_r.html (дата обращения: 14.11.2025).
3. Сероштан С. М. Развитие туризма в России: динамика основных макроэкономических показателей / С. М. Сероштан // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2024. – № 1. – С. 177–188.
4. Туризм в России: итоги 2024 года // Министерство экономического развития Российской Федерации: [сайт]. – 114 с. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/turizm_v_rossii_itogi_2024_goda.html (дата обращения: 15.11.2025).

Разработка программы развития туризма в малых городах

Баракат Али Гомаа,

магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

И. Г. Павленко — научный руководитель,

кандидат экономических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

В статье рассматривается разработка комплексной программы развития туризма в малых городах России с населением до 50 тыс. человек. На основе анализа статистических данных Ростуризма и Росстата, а также международных отчетов ООН и ВТО выявлены ключевые вызовы: недостаточная инфраструктура, слабый маркетинг и ограниченное финансирование. Предложена программа, отличающаяся персонализированным подходом к уникальным культурно-историческим особенностям каждой территории, разработкой мастер-плана с четкой последователь-

ностью действий и инновационными элементами, такими как интеграция локальных ресурсов, цифровые платформы для малого масштаба и устойчивые партнерства.

Ключевые слова: туризм, малые города, развитие, инфраструктура, инвестиции, культурное наследие, маркетинг, устойчивое развитие, региональные стратегии, экономическая привлекательность.

Введение. Туризм в малых городах играет ключевую роль в диверсификации экономики регионов, особенно в условиях урбанизации и концентрации населения в мегаполисах. Актуальность темы обусловлена необходимостью сохранения культурного наследия, создания новых рабочих мест и повышения качества жизни в сельских и малых городских поселениях России. По данным за 2025 год, вклад туризма в ВВП страны составляет около 3,5%, однако потенциал малых городов (с населением до 50 тыс. человек) остается недоиспользованным из-за инфраструктурных ограничений, слабого маркетинга и дефицита инвестиций. Глобальный тренд устойчивого туризма, подчеркиваемый ООН и ВТО, требует адаптации стратегий к локальным условиям, чтобы избежать негативных последствий, таких как экологическая деградация и социальная напряженность [1, с. 225–226].

Цель исследования – разработка комплексной программы развития туризма в малых городах России, включающей меры по преодолению выявленных проблем и интеграции с региональными стратегиями.

Теоретическая основа опирается на работы Глуценко М. С. (2015), Хавановой Н. В. (2014) и Щеголькова Ю. Ю. (2017) по брендингу и маркетингу территорий. Актуальность обусловлена необходимостью гармоничного развития регионов в условиях постпандемийного восстановления.

Результаты исследования. Малый город – это уникальное социокультурное образование, являющееся жизненным пространством значительного числа людей (численность населения не превышает 50 000 человек, некоторые считают, что численность населения малых городов может быть до 100 000 человек) [2].

Многие малые города имеют богатое историческое наследие, например, уникальные памятники архитектуры, музеи, фестивали или традиции (например, народные промыслы, как в городах Золотого кольца России). Программа должна включать персонализированные стратегии, где культурные элементы интегрируются в туристические продукты: создание тематических маршрутов, основанных на местных легендах или исторических событиях, проведение аутентичных мероприятий с участием местных жителей. Это не только повышает

привлекательность, но и способствует сохранению культурного наследия, предотвращая его коммерциализацию в ущерб аутентичности.

Тема развития туризма в малых городах сегодня весьма актуальна, так как для них это важная отрасль хозяйства, способствующая улучшению инфраструктуры, созданию новых рабочих мест, повышению имиджа города.

У малого города часто возникает много проблем при попытке привлечь туристов, если туризм не является традиционной сферой экономики. Необходимы особые стратегии продвижения территорий для малых городов, анализ положительного и отрицательного опыта, в том числе и зарубежного, поиск решения возникающих проблем. Ошибка в том, что, кажется, будто в развитии туризма нет ничего сложного, но это не так [3, с. 25–26].

Малые города часто расположены в уникальных природных зонах (реки, леса, горы), что позволяет развивать экотуризм или агротуризм. Например, в городах Центрального федерального округа (ЦФО) можно акцентировать на природных ландшафтах, адаптируя маршруты под сезонные изменения (весенние фестивали цветов или зимние прогулки). Программа должна учитывать экосистемные услуги (по модели ООН), чтобы туризм был устойчивым и не приводил к перегрузке природы.

Важно вовлекать местных жителей в процесс: от ремесленников до фермеров. Это создает устойчивые партнерства, где туризм становится источником дохода для сообщества, а не внешним вмешательством. Например, интеграция локальных ресурсов (ремесла, фестивали) в туристические предложения делает программу отличной от стратегий крупных городов, где фокус на массовом туризме, а не на персонализации.

Ключевые проблемы: устаревшая инфраструктура (отсутствие качественных дорог, гостиниц и информационных центров), слабая маркетинговая поддержка и зависимость от сезонности.

SWOT-анализ выявил сильные стороны: уникальные ресурсы (исторические памятники, природные ландшафты), низкая стоимость жизни и потенциал для устойчивого развития. Слабые стороны: ограниченные бюджетные ресурсы, отсутствие брендинга и инфраструктурные дефициты. Возможности: интеграция с федеральными программами (например, Туризм и гостеприимство нацпроекта), привлечение частных инвестиций и диверсификация (экотуризм, агротуризм). Угрозы: экологическая деградация, конкуренция с иностранными направлениями и экономическая нестабильность.

Для разработки программы использовались следующие методы:

- SWOT-анализ: проведен на основе экспертных оценок для 10 малых городов ЦФО (Шуя, Гаврилов Пасад, Гороховец, Елабуга, Светлогорск, Железноводск, Великий Устюг, Сортавала, Медвежье-горск, Лехденпохья);

- анкетирование: Ю. Ю. Щегольков и П. В. Метелкина в 2022 году опросили 50 экспертов (представители органов власти, бизнеса и академических кругов) по вопросам приоритетов развития. Результаты представлены в Таблице.

Предлагаемая программа развития

Программа состоит из трех этапов: диагностика, внедрение и мониторинг. На этапе диагностики проводится SWOT-анализ и GIS-моделирование для оценки потенциала [2, с. 88–89]. Внедрение включает:

- привлечение инвестиций через государственно-частное партнерство (ГЧП), с фокусом на субсидии от федеральных фондов;

- диверсификацию: развитие экотуризма (по модели ООН), культурного туризма и агротуризма;

- маркетинг: создание единого бренда «Малые города России» с использованием цифровых платформ;

- инфраструктуру: строительство экогостиниц и информационных центров.

Отличительной чертой программы является учет уникальности каждой малой территории: история, культура, природные особенности и местные традиции адаптируются в персонализированные стратегии, что позволяет избежать шаблонных подходов и максимизировать локальный потенциал. Развитие туризма независимо от размера города требует мастер-плана с четкой последовательностью действий: от аудита ресурсов и вовлечения местных сообществ до поэтапного внедрения инноваций и оценки результатов. Преимущества програм-

Таблица – Результаты анкетирования экспертов по приоритетам развития туризма в малых городах (n=50)

Приоритет	Процент экспертов (%)
Привлечение инвестиций	85
Развитие инфраструктуры	78
Маркетинг и брендинг	72
Диверсификация продуктов	68
Устойчивое развитие	65
Интеграция с региональными стратегиями	60

мы включают интеграцию локальных ресурсов (например, ремесла и фестивали), цифровые платформы для малого масштаба (мобильные приложения с персонализированными маршрутами), устойчивые партнерства с местными фермерами, а также модели «зеленого» туризма, адаптированные к уникальным экосистемам, что отличает ее от общих стратегий для крупных городов.

Выводы. В результате проведенного исследования разработана комплексная программа развития туризма в малых городах России, направленная на преодоление инфраструктурных, маркетинговых и финансовых вызовов. Анализ статистических данных Ростуризма и Росстата подтвердил недооцененный потенциал малых городов (с населением до 50 тыс. человек) как центров устойчивого туризма, способных диверсифицировать экономику регионов и сохранить культурное наследие [4, с. 86–87].

Источники и литература

1. Боголюбова С. А. Виды и тенденции развития туризма / С. А. Боголюбова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2024. – 202 с.
2. Бугорский В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства: учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. – Москва: Юрайт, 2024. – 165 с.
3. Ветитнев А. М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2024. – 340 с.
4. Стахова Л. В. Основы туризма: учебник для вузов / Л. В. Стахова. – Москва: Юрайт, 2024. – 327 с.

Особенности формирования системы развития персонала на предприятиях туристской индустрии

А. В. Быков,

*магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

С. Д. Димитриева – научный руководитель,

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье рассматриваются особенности формирования системы развития персонала в условиях современного этапа развития туристской индустрии. Проанализированы ключевые вызовы, обусловленные цифровизацией, нестабильной внешней средой и дефицитом квалифицированных кадров, а также предложены компоненты эффективной системы развития персонала на основе компетентностного и экосистемного подходов. Особое внимание уделено интеграции цифровых технологий, персонализации обучения и механизмам обеспечения устойчивости кадрового потенциала.

Ключевые слова: *туристская индустрия, кадровый потенциал, система развития персонала, компетентностный подход, образовательная экосистема, цифровизация.*

Введение. Туристская индустрия является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, в которой человеческий фактор играет определяющую роль в обеспечении качества сервиса и конкурентоспособности предприятия. В условиях ускоряющихся темпов цифровизации, геополитической нестабильности и изменения потребительских предпочтений возрастает значимость устойчивого и гибкого кадрового потенциала. Формирование системы развития персонала, ориентированной не только на текущие задачи, но и на долгосрочную адаптацию к внешним вызовам, становится стратегической необходимостью для туристских предприятий.

Целью исследования являются выявление особенностей и разработка структурных компонентов системы развития персонала в туристской индустрии на основе современных подходов к управлению человеческими ресурсами.

Результаты исследования. Анализ современной ситуации в индустрии туризма свидетельствует о наличии трёх ключевых групп проблем, влияющих на эффективность кадровой работы:

- технико-организационные: устаревшие технологии управления обучением, низкий уровень автоматизации HR-процессов, недостаточная инфраструктура внутреннего обучения. Большинство предприятий до сих пор учат персонал «по старинке»: один раз в год – тренинг, раз в квартал – семинар: многие занятия номинально, без обратной связи и закрепления. Обучение не встроено в работу, а «навешено» на неё;

- экономические: ограниченное финансирование программ развития, ориентация на краткосрочные бюджетные решения, отсутствие прозрачных механизмов оценки отдачи от инвестиций в персонал. Многие организации тратят средства неэффективно: бюджеты на развитие минимальные, выделяются «на отчёт», а не на результат. Никто не считает, сколько прибыли принесло обучение менеджера или снижение текучести после программы развития;

- социально-демографические: старение управленческих кадров, низкая доля молодых специалистов в руководящих должностях (менее 3,3%), несоответствие уровня образования и реальных компетенций: у многих опытных менеджеров формальное образование не соответствует реальным навыкам (например, умеют принимать решения, но не работают с данными или не понимают цифровых каналов продаж). При этом практика показывает: там, где руководство стабильно, а обучение – системное и регулярное, выручка и удовлетворённость клиентов выше на 20–35% [2].

Согласно данным исследований, предприятия с устойчивым составом руководства и системно организованным обучением персонала демонстрируют на 20–35% более высокие экономические показатели сервисной деятельности [2]. При этом традиционные формы обучения (офлайн-тренинги, разовые семинары) всё чаще уступают место гибридным и цифровым форматам, интегрированным в повседневную работу сотрудников.

Одним из перспективных подходов является компетентностная модель, в рамках которой универсальные (мягкие) и профессиональные компетенции рассматриваются как взаимодополняющие элементы. В сфере туризма особенно востребованы следующие универсальные компетенции: межкультурная коммуникативная гибкость, аналитическое и ситуационное мышление, эмоциональный интеллект, цифровая грамотность [3]. Их формирование требует не только учебных про-

грамм, но и практико-ориентированных форм: кейс-стади, симуляций, проектной деятельности, менторства.

Трансформация компетенций персонала туристской индустрии детерминирована как внешними вызовами (цифровизация, геополитическая неопределённость, ESG-требования), так и внутренней потребностью в устойчивом кадровом потенциале, способном генерировать не только прибыль, но и смысл, вовлечённость и устойчивое развитие. Стабильность руководства и его компетентностная зрелость напрямую коррелируют с экономическими и сервисными показателями предприятия что делает осознанное формирование современных компетенций не опциональной практикой, а стратегической необходимостью [2; 3] (см. рисунок).

Важным направлением трансформации кадровой политики выступает переход от линейных моделей обучения к образовательным экосистемам – динамичным, персонализированным, децентрализованным средам, объединяющим цифровые платформы, внутренние наставнические программы, внешние образовательные партнёрства и корпоративные комьюнити знаний [1, с. 238]. Ключевые элементы такой экосистемы включают:

- LMS-платформы с адаптивным контентом и возможностью микрообучения;
- искусственный интеллект и чат-боты для оценки исходного уровня компетенций и построения индивидуальных траекторий обучения;
- VR/AR-симуляции для отработки критических ситуаций (например, работа с конфликтным клиентом или эвакуация в ЧС);



Рисунок – Эволюция компетенций менеджера в туристской индустрии

- системы цифровой адаптации, интегрирующие обучение непосредственно в рабочие цифровые среды (CRM, PMS и др.);
- корпоративные менторские программы, повышающие вовлеченность и снижающие текучесть.

Выводы. Система развития персонала в туристской индустрии требует перехода от фрагментарных и реактивных HR-мероприятий к стратегически выстроенной, технологически оснащённой и гибкой структуре. Её основу должны составлять: компетентностный подход, обеспечивающий баланс между профильными и универсальными навыками; экосистемное мышление, позволяющее интегрировать обучение в рабочие процессы и внешнюю образовательную среду; цифровые инструменты, повышающие персонализацию, измеримость и эффективность обучения; механизмы преемственности и омоложения управленческих кадров. Успешная реализация такой системы способствует не только повышению качества сервиса и лояльности клиентов, но и устойчивому социально-экономическому развитию региона.

Источники и литература

1. Верна В. В. Развитие цифровых технологий в корпоративном обучении персонала: перспективы использования образовательных экосистем / В. В. Верна, А. В. Сорока // Век качества. – 2022. – № 1. – С. 238–252.
2. Лебедева О. Е. Формирование кадрового потенциала в индустрии туризма / О. Е. Лебедева // Сервис+: [сайт]. – 2025. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-kadrovogo-potentsiala-v-industrii-turizma> (дата обращения: 18.12.2025).
3. Оборин М. С. Особенности реализации компетентностного подхода в сфере туризма / М. С. Оборин. – Текст: электронный // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. rbusiness.ru: [сайт]. – 2023. – Т. 9, вып. 1. – URL: <https://rbusiness.ru/journal/article/2997/> (дата обращения: 18.12.2025).

Стратегирование развития энотуризма в Краснодарском крае Российской Федерации

В. В. Верна,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма, менеджмента
и социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье рассматриваются текущее состояние, ключевые вызовы и стратегические направления развития энотуризма в Краснодарском крае с учётом опыта международных лидеров отрасли и требований национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Особое внимание уделено интеграции винодельческих хозяйств в туристические маршруты, повышению качества сервиса и созданию уникального регионального бренда «Вино Кубани».

Ключевые слова: *энотуризм, виноделие, туристическая стратегия, агротуризм, винные маршруты, брендование, внутренний туризм.*

Введение. Энотуризм – один из наиболее перспективных и быстрорастущих сегментов внутреннего туризма в России. Краснодарский край, обладающий богатыми винодельческими традициями, благоприятным климатом и развитой рекреационной инфраструктурой, имеет все предпосылки для формирования конкурентоспособного энотуристического направления [6; 12]. Современный туристический рынок всё больше ориентирован на опытный туризм – путешествия, основанные не на пассивном отдыхе, а на погружении в культуру, традиции и производственные процессы региона [10]. В этом контексте энотуризм, сочетающий виноделие, гастрономию, историю и рекреацию, становится мощным драйвером локального развития [11]. Краснодарский край, занимающий лидирующие позиции в российском виноделии (более 70% отечественного винограда выращивается именно здесь), обладает уникальным потенциалом для трансформации винодельческой отрасли в полноценный туристический продукт [2].

Однако, несмотря на очевидные преимущества, энотуризм в регионе пока развивается фрагментарно, без единой стратегии и координации. Многие винодельни предлагают дегустации и экскурсии, но ред-

ко интегрированы в общую туристическую экосистему. В связи с этим актуальной задачей становится разработка и реализация комплексной стратегии развития энотуризма, способной объединить усилия бизнеса, власти и профессионального сообщества [9].

Результаты исследования. Краснодарский край – исторически сложившийся центр виноградарства и виноделия на юге России. Развитие энотуризма в Краснодарском крае за последние десятилетия прошло несколько этапов – от спонтанных инициатив отдельных хозяйств до появления первых системных проектов, интегрированных в региональную туристическую политику. Наиболее заметный рост наблюдался после 2014 года, когда геополитические изменения и рост внутреннего спроса спровоцировали интерес к отечественным винам и локальным туристическим продуктам. В регионе сосредоточены как крупные промышленные предприятия («Абрау-Дюрсо», «Кубань-Вино», «Фанагория»), так и десятки небольших частных виноделен, работающих в формате «гаражного» или авторского виноделия. Регион обладает разнообразием терруаров – от черноморского побережья до предгорий Кавказа, – что позволяет выращивать широкий спектр сортов винограда, включая классические европейские и локальные сорта.

Особую роль играет культура виноделия, уходящая корнями в XIX век, когда на Кубани были основаны первые шампанские погреба. Сегодня эта история становится важной частью туристического нарратива: посетители интересуются не только вкусом вина, но и его происхождением, технологиями производства, личностями виноделов.

Кроме того, Краснодарский край уже имеет развитую туристическую инфраструктуру: курорты Черноморского побережья, исторические города (Краснодар, Анапа, Геленджик, Новороссийск), национальные парки и агротуристические объекты. Это создаёт благоприятные условия для интеграции энотуризма в существующие туристические маршруты – от морского отдыха до экскурсионных и гастрономических программ [3].

Согласно данным Министерства курортов и туризма Краснодарского края, к 2024 году в регионе функционирует более 120 виноделен, из которых около 40 активно развивают экскурсионную и туристическую деятельность. Ежегодно винные хозяйства региона принимают свыше 500 000 туристов, причём доля энотуристов в общем потоке посетителей аграрных и экскурсионных объектов края составляет около 18–20% и демонстрирует устойчивый рост (на 12–15% ежегодно в 2021–2024 гг.) [5; 8].

Лидером по туристической посещаемости остаётся ООО «Абрау-Дюрсо» – не только крупнейшее игристое предприятие России, но и

полноценный туристический кластер, включающий подземные погребки, музей шампанских вин, рестораны, отель, винный бар и даже причал на озере Абрау. Ежегодно «Абрау-Дюрсо» посещают более 250 000 гостей, что делает его одной из самых популярных экскурсионных точек юга России. Компания активно инвестирует в туристическую инфраструктуру: в 2023 году запущен новый маршрут «Тайны подземелий», а в 2024 году начато строительство экоотеля у озера [1; 4].

Вторым по значимости центром энотуризма становится «Фанагория» (Таманский полуостров), которая за последние пять лет превратилась из промышленного предприятия в полноценный культурно-туристический комплекс. Здесь функционируют музей античной истории, смотровая площадка с панорамой на море и виноградники, гастрономический ресторан и дегустационный зал. Ежегодный поток туристов – около 80 000 человек [7].

Особое внимание заслуживают малые и средние винодельни, которые всё чаще становятся центрами притяжения для гурманов и ценителей авторского вина. Проекты вроде «Долина Лефкадия» (Новороссийск), «Сикоры Эстейт», «Винодельня Молчанова» или «Хуторок» предлагают не просто дегустации, а целые эмоциональные опыты: винные ужины под звёздами, мастер-классы по выдержке в амфорах, экскурсии на виноградники с виноделом, фотосессии в стилизованных интерьерах. Такие объекты, хотя и принимают по несколько сотен гостей в месяц, формируют высокую лояльность аудитории и активно продвигаются через социальные сети.

Важным шагом в институционализации энотуризма стало создание в 2022 году Кубанской энотуристической ассоциации при поддержке администрации края. Ассоциация объединяет более 25 хозяйств и занимается стандартизацией услуг, обучением персонала, разработкой совместных маршрутов и продвижением региона на федеральных и международных площадках. В 2023 году при её участии был запущен пилотный проект «Винные маршруты Кубани», включающий три тематических направления:

1. «Игривое наследие» (Абрау – Дюрсо – Ореховка);
2. «Тамань: вино и море» (Фанагория – Синдика – Мемрик);
3. «Кубанские терруары» (Хуторок – Лефкадия – Винодельня Кучевского) [3].

Несмотря на положительную динамику, анализ показывает, что развитие энотуризма в регионе остаётся неравномерным. Более 70% туристического потока сконцентрировано в трёх районах: Новороссийском, Геленджикском и Темрюкском. При этом потенциал таких винодельческих зон, как Усть-Лабинский, Кореновский или Крымский

районы, практически не востребован в туристическом плане. Кроме того, большинство туристов приезжают в винодельни по инициативе самих хозяйств, а не в рамках организованных туров, что свидетельствует о слабой интеграции энотуризма в общую туристическую экосистему края.

Также наблюдается разрыв между премиальными и массовыми сегментами. Если «Абрау-Дюрсо» и «Фанагория» предлагают комплексный сервис мирового уровня, то многие малые винодельни сталкиваются с ограниченными ресурсами: отсутствием сайта, навыков цифрового маркетинга, стандартов приёма туристов. Это создаёт «пятнистую» картину, где отдельные точки притяжения не формируют целостного впечатления о регионе как об энотуристическом направлении.

Таким образом, проведенный анализ демонстрирует, что Краснодарский край уже вышел на траекторию устойчивого развития энотуризма, но для перехода на качественно новый уровень требуется не просто увеличение числа объектов, а системная координация, стандартизация и стратегическое брендинг. Только при таком подходе регион сможет конкурировать не только внутри России, но и на международном уровне – в одной линейке с такими направлениями, как Грузия, Армения или страны Восточной Европы.

Несмотря на серьезный потенциал, развитие энотуризма в регионе сталкивается с рядом системных барьеров:

1. отсутствие единой стратегии и координации. Большинство виноделен работают самостоятельно, без объединения в кластеры или ассоциации, что затрудняет продвижение региона в целом;

2. недостаток инфраструктуры для туристов. Многие хозяйства расположены в удалённых сельских районах с плохой транспортной доступностью, отсутствием указателей, парковок и зон размещения;

3. слабое брендинг. Отсутствует единый узнаваемый бренд, объединяющий кубанские вина и энотуристические маршруты. Туристы чаще знают отдельные винодельни (например, «Абрау-Дюрсо»), но не воспринимают Краснодарский край как единое энотуристическое направление;

4. недостаточный уровень сервиса и подготовки персонала. Часто экскурсоводы не владеют иностранными языками, не обучены основам гостеприимства, а дегустации проводятся без соблюдения стандартов;

5. ограниченная межсезонная привлекательность. Большинство энотуристических программ ориентированы на тёплый период, что снижает экономическую устойчивость бизнеса.

Для преодоления указанных проблем и реализации потенциала региона необходимо реализовать следующие стратегические направления.

1. Формирование энотуристических кластеров. Объединение виноделен, гостиниц, ресторанов, экскурсионных бюро и транспортных компаний в локальные кластеры (например, «Абрау-Дюрсо – Геленджик», «Тамань – Темрюк», «Краснодар – Усть-Лабинск»). Это позволит создавать комплексные маршруты и повышать продолжительность пребывания туристов.

2. Создание единого регионального бренда. Разработка и продвижение бренда «Вино Кубани» как символа качества, аутентичности и гостеприимства. Бренд должен сопровождаться единым визуальным стилем, цифровой платформой (интерактивная карта виноделен), стандартами сервиса и обучающими программами для участников.

3. Развитие инфраструктуры. Обустройство винных маршрутов: дорожные указатели, парковки, туалеты, зоны для фотосессий. Поддержка создания мини-отелей, глэмпингов и гастрономических странств при винодельнях.

4. Повышение качества сервиса. Обучение сотрудников виноделен основам экскурсионной деятельности, межкультурной коммуникации, дегустационного сервиса и цифрового маркетинга. Внедрение стандартов энотуризма, разработанных при участии Ассоциации виноделов России и Ростуризма.

5. Интеграция в национальные и международные туристические продукты. Включение кубанских винных маршрутов в федеральные туристические программы, участие в международных винных выставках, сотрудничество с туроператорами по созданию специализированных туров («Винный Кавказ», «Русское вино» и др.).

6. Развитие межсезонного и цифрового энотуризма. Организация тематических мероприятий вне сезона (фестивали молодого вина, винные ужины, онлайн-дегустации), создание виртуальных туров по погребам, развитие e-commerce для прямых продаж вина туристам.

Выводы. Энотуризм в Краснодарском крае обладает колоссальным потенциалом, способным не только диверсифицировать туристическое предложение региона, но и стать источником устойчивого социально-экономического развития сельских территорий. Однако его реализация возможна только при переходе от разрозненных инициатив к системной стратегии, основанной на принципах кластерного развития, брендирования, повышения качества сервиса и активного вовлечения всех заинтересованных сторон. В условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» у Краснодарского края есть уникальная возможность закрепить на карте российского и мирового энотуризма в качестве ведущего винного направления.

Источники и литература

1. Абрау-Дюрсо // ООО «Абрау-Дюрсо»: [сайт]. – URL: <https://www.abrau-durso.ru> (дата обращения: 03.11.2025).
2. Ассоциация виноделов России. Состояние и перспективы развития энотуризма в Российской Федерации: аналитический отчёт / Ассоциация виноделов России. – Москва, 2024. – 36 с.
3. Винные маршруты Кубани: презентация проекта / Кубанская энотуристическая ассоциация. – Краснодар, 2023 // Kubanwine – официальная страница сообщества на платформе ВК [сайт]. – URL: <https://vk.com/kubanwine> (дата обращения: 03.11.2025).
4. Годовой отчёт ООО «Абрау-Дюрсо» за 2023 год // ООО «Абрау-Дюрсо»: [сайт]. – URL: <https://www.abrau-durso.ru/about/reports/> (дата обращения: 03.11.2025).
5. Министерство курортов и туризма Краснодарского края. Статистические данные по внутреннему туризму в Краснодарском крае за 2021–2024 гг. // Минтуризм: [сайт]. – URL: <https://минтуризм.рф> (дата обращения: 03.11.2025).
6. Петрова Е. В. Энотуризм как фактор развития сельских территорий / Е. В. Петрова // Вестник туризма. – 2023. – № 4. – С. 33–41.
7. ПАО «Фанагория» // Туристический комплекс «Фанагория»: [сайт]. – URL: <https://fanagoria.ru/tourism> (дата обращения: 03.11.2025).
8. Регионы России. Социально-экономические показатели: стат. сб. / Росстат. – Москва, 2024. – 512 с. // Росстат: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/regiony-2024.pdf> (дата обращения: 03.11.2025).
9. Рекомендации по развитию гастрономического и агротуризма в Российской Федерации. – Москва, 2022. – 28 с. // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. – URL: https://tourism.gov.ru/upload/iblock/8f3/gastro_rekomendatsii_2022.pdf (дата обращения: 03.11.2025).
10. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: распоряжение Правительства РФ от 17.06.2020 № 1632-р // Собрание законодательства РФ. – 2020. – № 26. – Ст. 4251.
11. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 48. – Ст. 5578.
12. Агентство стратегических инициатив. Энотуризм как драйвер развития сельских территорий: кейс по Краснодарскому краю / АСИ. – Москва, 2023. – АСИ: [сайт]. – URL: <https://asi.ru/industry/442570/> (дата обращения: 03.11.2025).

Анализ сельских туристических кластеров в Республике Крым и городе Севастополе

А. Н. Воробьева,

*магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

*В. В. Верна – научный руководитель,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма, менеджмента
и социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье представлен анализ современного состояния сельских туристических кластеров в Республике Крым и городе Севастополе. Рассматриваются их структурные особенности, ресурсный потенциал, уровень инфраструктурного развития и роль в социально-экономическом оживлении сельских территорий. Особое внимание уделено выявлению ключевых вызовов и перспективных направлений устойчивого развития агротуризма в регионе.

***Ключевые слова:** сельский туризм, туристический кластер, агротуризм, экоусадьбы, фермерские хозяйства, гастрономический туризм.*

Введение. Современные тенденции развития туристской индустрии свидетельствуют о растущем спросе на аутентичные, экологичные и локально ориентированные формы отдыха. В этом контексте сельский туризм выходит на передний план как один из наиболее перспективных сегментов, способных одновременно решать задачи экономического развития, сохранения культурного наследия и устойчивого использования природных ресурсов. Особенно актуален этот тренд для регионов с богатым аграрным потенциалом и уникальными природно-климатическими условиями – к числу таких территорий в полной мере относятся Республика Крым и город Севастополь.

Крымский полуостров обладает значительным потенциалом для формирования сельских туристических кластеров: здесь гармонично сочетаются плодородные земли, благоприятный климат, разнообразие ландшафтов, многовековые традиции земледелия и виноделия, а также богатое этнокультурное наследие [2; 4]. В последние годы в Крыму и Севастополе наблюдается активное развитие фермерских хо-

зийств, эконосадеб, агроусадеб и мини-отелей, предлагающих туристам не просто проживание, но полноценный опыт погружения в сельскую жизнь – от сбора урожая и дегустации местных продуктов до участия в мастер-классах и этнографических мероприятиях.

Тем не менее, несмотря на очевидные предпосылки для роста, сельский туризм в регионе всё ещё сталкивается с рядом системных ограничений: фрагментарностью инфраструктуры, недостаточной координацией между участниками кластеров, слабой маркетинговой продвижением и ограниченным доступом к инвестициям. В этих условиях особенно важным становится системный анализ существующих кластеров, выявление их сильных сторон и барьеров развития, а также разработка стратегий их интеграции в общую туристическую экосистему региона.

Целью настоящей статьи является комплексный анализ сельских туристических кластеров в Республике Крым и городе Севастополе с точки зрения их структуры, ресурсной базы, функциональных возможностей и вклада в устойчивое развитие сельских территорий.

Результаты исследования. Уникальное географическое положение, разнообразный рельеф Крымского полуострова – от степей и предгорий до гор и морского побережья – и мягкий субтропический климат создают благоприятные условия как для сельского хозяйства, так и для развития рекреационных видов туризма в Республике Крым и городе Севастополь [1, с. 52]. В этих условиях сельский (агротуристический) кластер выступает как территориально и функционально связанная совокупность объектов: фермерских хозяйств, агроусадеб, этнокомплексов, природных достопримечательностей и культурных объектов, объединённых общей целью – создание комплексного туристического продукта на основе локальных ресурсов.

Крымское сельское хозяйство традиционно специализируется на выращивании винограда, цитрусовых, абрикосов, персиков, овощей и зелени. В последние годы активно развивается органическое и экологически чистое земледелие, продукция которого пользуется устойчивым спросом как у туристов, так и на внутреннем рынке. Эта продукция становится основой для гастрономических маршрутов, дегустаций, кулинарных мастер-классов и тематических фестивалей, что значительно повышает привлекательность региона для туристов, ориентированных на здоровый образ жизни и аутентичный опыт.

На основе анализа географических, культурных и экономических особенностей полуострова можно выделить четыре ключевых сельских туристических кластеров.

1. Бахчисарайский кластер сельского туризма (Бахчисарайский район). Бахчисарайский кластер сельского туризма, расположенный

в западной части Крымского полуострова, представляет собой один из наиболее ярких и многогранных примеров интеграции аграрного производства, гастрономии, культуры и рекреации. Охватывая территорию Бахчисарайского района – от предгорий Главной гряды до долин рек Альма и Бельбек – кластер объединяет десятки инициативных хозяйств, предлагающих туристам не просто отдых, а глубокий, аутентичный опыт погружения в крымскую сельскую жизнь.

Центральной особенностью кластера является его винно-гастрономическая направленность [1; 5]. Бахчисарайский район давно зарекомендовал себя как один из ведущих винодельческих регионов Крыма благодаря уникальному микроклимату, разнообразию почв и многовековым традициям виноградарства. Здесь сосредоточено сразу несколько виноделен разного масштаба и философии:

- Alma Valley (село Вилино) специализируется на создании современных купажей – таких как Шардоне/Совиньон Блан и Мерло/Пино Нуар – с акцентом на свежесть, минеральность и чистоту вкуса. Проект ориентирован на молодую, динамичную аудиторию и активно участвует в гастрономических фестивалях;

- Bakla Vines – небольшой семейный винодельческий проект в Альминской долине, где на 10 гектарах выращиваются европейские сорта винограда. Вина производятся в «гаражном» формате, но отличаются выразительностью и терруарной чёткостью;

- ESSE / Kacha Valley (село Долинное) – один из крупнейших производителей премиального сегмента в регионе. На собственных виноградниках выращивается 21 сорт винограда, а годовой объём выпуска достигает 3,6 млн бутылок. Бренд Kacha Valley известен за пределами Крыма и активно экспортируется;

- «Бурлюк» (село Каштаны) – авторский проект винодела Валерия Захарьина, посвящённый экспериментам с крымскими автохтонными сортами и редкими международными разновидностями. Здесь создаются органические, малотиражные вина, отражающие дух местности и философию устойчивого земледелия.

- Помимо виноделия, кластер развивает сыроварение как отдельное направление гастрономического туризма. В районе действуют несколько сыроварен, каждая из которых имеет свою специализацию:

- «С миром за сыром» – ориентирована на традиционные твёрдые и полутвёрдые сыры из коровьего и козьего молока;

- «Нюся» – производит мягкие, свежие сыры с добавлением трав и специй;

- «Маркур» – экспериментирует с выдержанными сортами и копчёными вариантами.

- Многие из этих хозяйств предлагают дегустации, экскурсии по производству и мастер-классы по сыроделию, что делает их полноценными участниками туристического маршрута.

- Особое место в структуре кластера занимает лавандовое направление. В районе функционируют две крупные лавандовые фермы и Агрофирма «Тургеневская»:

- Viva Lavanda (село Ароматное) – пионер органического лавандового хозяйства в Крыму, где выращивается лаванда узколистная и производится эфирное масло высокого качества;

- «Лавандовый сад» – проект, сочетающий аграрное производство с ландшафтным дизайном и фототуризмом. Обе фермы предлагают туристам экскурсии, сбор цветов, изготовление ароматических изделий и фотосессии в цветущих полях, особенно популярные в июне–июле;

- Агрофирма «Тургеневская» расположена в Бахчисарайском районе Республики Крым и представляет собой один из наиболее ярких примеров интеграции сельскохозяйственного производства и туристической деятельности в формате современного агротуризма. Основной специализацией агрофирмы является выращивание лаванды, в частности сорта *Lavandula angustifolia* (лаванда узколистная), культивируемой по принципам органического земледелия. На территории хозяйства обустроены обширные лавандовые поля, которые в период цветения (июнь–июль) превращаются в живописный ландшафт, привлекающий не только туристов, но и фотографов, блогеров, а также участников wellness- и эко-туристических маршрутов.

Важной особенностью АФ «Тургеневской» является её включение в более широкую кластерную инициативу. Проект тесно взаимодействует с другими участниками Бахчисарайского агротуристического кластера – винодельнями, сыроварнями, экоотелями – что позволяет формировать комбинированные маршруты: «лаванда + вино + сыр» или «экоэкскурсия + гастрономия + мастер-класс». Такой подход повышает продолжительность пребывания туристов в регионе и стимулирует дополнительные расходы.

Помимо туристической функции, агрофирма играет значительную социально-экономическую роль: создаются новые рабочие места в сельской местности, развивается переработка сельхозпродукции, а также формируется устойчивый спрос на местное сырьё. Продукция «Тургеневской» – эфирное масло, сушеная лаванда, косметика – реализуется как на месте, так и через онлайн-каналы, что способствует продвижению регионального бренда за пределами Крыма.

Дополняют туристическое предложение кластера такие объекты, как винодельня «Мангуп» с глэмпингом и концертными площадками,

а также экоотель «Богатый лес» в селе Богатое, ориентированный на активный и природный отдых. Между участниками кластера наблюдается высокая степень кооперации: совместные маршруты «вино + сыр + лаванда», тематические фестивали, единые билеты и онлайн-бронирование создают целостный и удобный для туриста продукт.

Тем не менее кластер сталкивается с вызовами: сезонность, недостаток транспортной доступности, слабая цифровая навигация и ограниченные возможности для круглогодичного функционирования. Однако, благодаря сильному брендингу, качеству сервиса и уникальности локального продукта, Бахчисарайский кластер остаётся одним из лидеров сельского туризма в Крыму и служит примером того, как сельская территория может стать центром притяжения для туристов, ищущих аутентичность, вкус и вдохновение.

2. *Южнобережный кластер сельского туризма (Алушта, Ялта, Гурзуф, Судак, Форос)*. Этот кластер характеризуется высокой туристической посещаемостью и глубокой интеграцией с экскурсионным и оздоровительным туризмом. Здесь развиты винодельческие традиции (Массандра, «Дом Захарьиных»), функционируют чайные плантации под Ялтой, цитрусовые сады и агроусадьбы, предлагающие мастер-классы по приготовлению джемов, травяных чаёв и изделий из лаванды. Уникальное сочетание моря, гор и субтропической растительности делает этот регион особенно привлекательным для гастрономического и wellness-туризма.

3. *Севастопольский и Черноморский кластер сельского туризма*. В окрестностях Севастополя активно развиваются частные винодельни, оливковые рощи, фруктовые сады и пасеки. Проекты, такие как сообщество виноделов «Родное», направлены на формирование концепции терруара – уникального географического и климатического профиля, определяющего характер местного вина. Туристы могут участвовать в сборе урожая, дегустациях и тематических мероприятиях, что способствует созданию глубокого эмоционального контакта с регионом.

4. *Восточный кластер сельского туризма (Судак, Новый Свет, Грушевка)*. Этот кластер ориентирован преимущественно на винный и гастрономический туризм. Здесь расположены известные винодельни – «Солнечная Долина», «Новый Свет», а также Грушевские сады. Особый интерес вызывают инновационные проекты: улиточная ферма и медийно-устричная ферма «Биссус», которые расширяют границы традиционного агротуризма и привлекают внимание как российских, так и потенциальных международных туристов.

Проведем сравнительный анализ сельских туристических кластеров в Республике Крым и городе Севастополе.

Таблица – Сравнительный анализ сельских туристических кластеров в Республике Крым и городе Севастополе

Параметр	Бахчисарайский кластер сельского туризма	Южнобережный кластер сельского туризма	Севастопольский и Черноморский кластер сельского туризма	Восточный кластер сельского туризма
1	2	3	4	5
Географическое положение	Предгорья Главной гряды, долины рек Альма и Бельбек	Южный берег Крыма — от Алушты до Фороса	Юго-западное побережье, окрестности Севастополя, Сакского и Черноморского района	Восточное побережье Крыма: Судак, Новый Свет, Грушевка
Основные ресурсы	Лаванда, виноградники, сыроварни, горные ландшафты, леса	Субтропический климат, морское побережье, виноделие, чайные плантации, цитрусовые сады	Виноградники, оливковые рощи, пасеки, прибрежные терруары	Виноградники, устричные и улиточные фермы, фруктовые сады
Ключевые объекты	Alma Valley, Bakla Vines, ESSE/Kacha Valley, «Бурлюк», «Мангуп», сыроварня «С миром за сыром», ферма «Нюся», сыроварня «Маркур», лавандовые фермы Viva Lavanda, «Лавандовый сад», АФ «Тургеневская», экоотель «Богатый лес»	Массандра, «Дом Захарьиных», чайная плантация под Ялтой, агроусадьбы с мастер-классами	Частные винодельни, сотрудничество виноделов «Родное», пасеки	«Солнечная Долина», «Новый Свет», Грушевские сады, улиточная ферма, устричная ферма «Бискус»
Уровень инфраструктуры	Средний: развиты отдельные объекты, но слабая транспортная доступность и отсутствие общественного транспорта	Высокий: интеграция с городской инфраструктурой, развитая туристическая и экскурсионная сеть	Низкий–средний: точечное развитие, недостаток туристической навигации и размещения	Низкий: ограниченное количество гостиниц, слабая транспортная связность

1	2	3	4	5
Степень интеграции участников	Высокая: активное взаимодействие между винодельнями, сыроварнями, лавандовыми фермами; совместные маршруты и фестивали	Низкая–средняя: объекты включены в массовые маршруты, но слабая кооперация между малыми хозяйствами	Низкая: отсутствие единой координации, проекты развиваются изолированно	Средняя
Туристическая привлекательность	Высокая (нишевая и массовая): уникальный лавандово-виновый продукт, фототуризм, wellness-направление	Очень высокая: включён в основные экскурсионные программы, высокая узнаваемость брендов	Нишевая: ориентация на гурманов и ценителей премиального вина	Высокая (инновационная): медийность, уникальные гастрономические продукты
Основные вызовы	Сезонность (июнь–август), недостаток транспортной и цифровой доступности, отсутствие круглогодичных программ	Высокая конкуренция, перегрузка в пик сезона, зависимость от массового туризма	Слабый маркетинг, отсутствие единого бренда, низкая информированность туристов	Недостаток инфраструктуры, узкая целевая аудитория, сложность логистики
Потенциал масштабирования	Высокий (при поддержке в развитии инфраструктуры и межсезонных программ)	Ограниченный (рынок насыщен, требуется диверсификация)	Средний (требует координации и продвижения)	Высокий (за счёт уникальности и медийного эффекта)

Бахчисарайский кластер выделен как наиболее сбалансированный по сочетанию аграрного, гастрономического и рекреационного потенциала. Южнобережный кластер обладает наибольшей посещаемостью, но сталкивается с проблемами перенасыщения и низкой кооперации между малыми формами хозяйствования. Севастопольский кластер имеет высокий качественный потенциал, но требует системного продвижения. Восточный кластер отличается инновационностью, но нуждается в развитии базовой инфраструктуры для обеспечения устойчивого роста.

Сельские туристические кластеры в Республике Крым и городе Севастополе представляют собой эффективный механизм интеграции сельского хозяйства, культуры и туризма. Их развитие способствует диверсификации экономики сельских территорий, созданию новых

рабочих мест, сохранению традиционных ремёсел и повышению качества жизни местного населения. Ключевыми преимуществами кластеров являются разнообразие аграрной продукции, высокий рекреационный потенциал, богатое культурное наследие и растущий интерес туристов к аутентичным и экологичным формам отдыха [3, с. 18–19].

Анализ сельских туристических кластеров в Республике Крым и городе Севастополе позволяет сделать вывод о наличии значительно потенциала для развития агротуризма как устойчивого и социально ориентированного направления. Все пять выделенных кластеров – Бахчисарайский, Южнобережный, Севастопольский и Восточный – обладают уникальными природными, аграрными и культурными ресурсами, которые формируют основу для создания дифференцированных туристических продуктов: от винного и гастрономического туризма до экотуризма и wellness-программ. Вместе с тем, несмотря на отдельные успешные проекты, большинство кластеров функционируют фрагментарно, без чёткой координации, единой стратегии продвижения и системной поддержки. Основными барьерами остаются сезонность, недостаточная транспортная и цифровая доступность, слабая межсекторальная кооперация и отсутствие стандартов качества услуг в сегменте сельского туризма.

Для перехода от разрозненных инициатив к устойчивым кластерным моделям необходим комплексный подход, включающий: разработку региональных программ поддержки сельского туризма; создание единой информационной платформы (например, цифрового «путеводителя по крымским усадьбам»); обучение персонала основам гостеприимства, цифрового маркетинга и устойчивого управления; стимулирование кооперации между фермерами, гидами, туроператорами и органами власти [5, с. 300].

Выводы. Сельские туристические кластеры Крыма и Севастополя обладают значительным потенциалом для трансформации в конкурентоспособные, социально ориентированные и экологически ответственные туристические продукты, способные внести существенный вклад в достижение целей национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и устойчивое развитие региона в целом.

Источники и литература

1. Верна В. В. Влияние этнотуризма на инвестиционное развитие города Севастополя / В. В. Верна, А. Д. Возвышаева // Актуальные проблемы и инновационные стратегии развития сферы туризма и гостеприимства: монография из тезисов докладов магистрантов и аспирантов на межвузовской международной конференции (Москва, 27 марта 2024 г.). – Москва: ООО «Русайнс», 2024. – С. 52–59.

2. Верна В. В. Возможности для эффективной организации сельского туризма как драйвера устойчивого развития сельских территорий в Российской Федерации / В. В. Верна, С. С. Скараник, А. А. Халилова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции (пгт Форос, г. Ялта, Республика Крым, 12–13 мая 2023 г.). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2023. – С. 327–332.

3. Ибрагимов Э. Э. Туристская отрасль Республики Крым: актуальные проблемы и перспективы развития / Э. Э. Ибрагимов, В. В. Верна, С. С. Скараник // Форпост науки. – 2022. – № 4 (62). – С. 11–19.

4. Современные проблемы развития сельского туризма в Республике Крым / Д. В. Нехайчук, В. В. Верна, С. С. Скараник, А. Н. Воробьева // Вестник Керченского государственного морского технологического университета. – 2023. – № 3. – С. 185–199.

5. Халилова А. А. Энотуризм как перспективное направление развития экономики Крыма / А. А. Халилова, В. В. Верна // Искусство и наука третьего тысячелетия: материалы XIII Международной научно-творческой конференции (Симферополь, 21–22 ноября 2024 г.). – Симферополь: ООО «Антиква», 2025. – С. 296–301.

Экономический и социальный потенциал коллективных средств размещения туристской индустрии в Республике Крым

*Е. Г. Высочанская,
магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

*Э. Э. Ибрагимов – научный руководитель,
доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой
туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье автор на основе официальной статистики и аналитических материалов выявляет количественные и качественные характеристики КСР, их вклад в налоговые поступления, занятость и устойчивое развитие региона. Установлено, что наличие структурного дефицита качественных мест размещения и неравномерной загрузки территории требует систем-

ного подхода к управлению туристскими потоками и модернизации инфраструктуры. Эти средства размещения обладают значительным экономическим и социальным потенциалом, реализация которого требует перехода от количественного к качественному развитию.

***Ключевые слова:** коллективные средства размещения, туристская индустрия, экономический потенциал, социальный потенциал, устойчивое развитие, Республика Крым.*

Введение. Туристская индустрия в современной России приобретает всё большее значение для социально-экономического развития регионов. В условиях трансформации структуры потребительского спроса, геополитической переориентации и усиления внутреннего туризма особое внимание уделяется развитию коллективных средств размещения (КСР) – ключевого элемента туристской инфраструктуры, формирующего устойчивость и воспроизводимость туристского потока. Республика Крым, наделённая значительным рекреационным потенциалом и многолетними традициями санаторно-курортного обслуживания, представляет собой уникальный кейс для анализа взаимосвязи между развитием КСР и экономическим ростом региона.

Исследованием данной проблемы занимались такие исследователи как Демидова С. Е. [1], Паранина Т. О. [2], Умерова С. Э. [5] и др. Однако вопрос потенциала КСР требует дальнейших исследований в разрезе экономического и социального развития.

Цель настоящей работы – провести комплексный анализ экономического и социального потенциала КСР в Республике Крым в контексте устойчивого развития туристской отрасли. В качестве источников использованы официальные статистические отчёты, материалы Министерства курортов и туризма Республики Крым, научные публикации и документы стратегического планирования.

Результаты исследования. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики Коллективные средства размещения – это средства размещения (здания, часть здания, помещения), используемые для предоставления услуг средств размещения юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями [6]. В контексте экономического и социального развития коллективные средства размещения играют значимую роль. Экономически они стимулируют туризм и деловую активность, способствуют созданию рабочих мест, развитию смежных отраслей – от транспорта и общественного питания до строительства и ЖКХ, – а также повышают инвестиционную привлекательность регионов.

Социально коллективные средства размещения обеспечивают доступное жильё для различных групп населения, включая студентов, мигрантов и бюджетных туристов, способствуют социальной мобильности, культурному обмену и могут служить временным убежищем для уязвимых слоёв населения в кризисных ситуациях.

По состоянию на 2024 год на территории Республики Крым функционировало 1108 средств размещения, из которых 976 – гостиницы, 91 – санаторно-курортные организации и 41 – учреждения детского отдыха и оздоровления. Общая вместимость составила 161 689 мест в 62 548 номерах. При этом к 1 января 2025 года в реестре классифицированных объектов числилось 1066 средств, из которых лишь 13 имеют категорию «5 звёзд», 65 – «4 звезды», а 559 – не имеют категории [3]. Такой дисбаланс указывает на низкую дифференциацию туристских предложения и недостаточное развитие высококлассного сегмента, так как не все КСР прошли процедуру классификации согласно Постановлению Правительства РФ от 27.12.2024 № 1951 «Об утверждении Положения о классификации средств размещения» [7].

Несмотря на значительную общую вместимость, регион сталкивается со структурным дефицитом КСР в пиковые периоды. Средняя загрузка КСР в июне – августе 2024 года составила 60,7%, а в новогодние каникулы более 60%, при этом ведущие курортные комплексы были загружены на 95% и выше. Это свидетельствует о локальном дефиците качественных мест размещения на фоне роста турпотока – в 2024 году Крым посетили 6 057,9 тыс. туристов, что на 16% больше, чем в 2023 году [3].

КСР выступают как множительный фактор экономической активности, стимулируя транспорт, общественное питание, торговлю и строительство. Налоговые поступления от курортной отрасли в 2024 году достигли 4,355 млрд рублей, что на 8,4% выше уровня 2023 года [3]. Данный фактор благоприятно сказывается на туристической отрасли крымского региона. Рост загрузки коллективных средств размещения способствует мультипликативному эффекту в смежных секторах экономики, включая сферу услуг, малый и средний бизнес, а также увеличивает фискальную ёмкость региона. Таким образом, КСР выступают не только как инфраструктурный элемент туристской индустрии, но и как катализатор пространственного развития территорий с высоким рекреационным потенциалом.

Инвестиционная активность в отрасли подтверждается реализацией пяти туристско-рекреационных кластеров (Евпатория, Саки,

Чокракское, Черноморский, Коктебель) с объёмом инвестиций свыше 170 млрд рублей. Уже введено в эксплуатацию 25 объектов капитального строительства [3]. Однако сохраняются барьеры: доля инвестиций в основной капитал в деятельности гостиниц и предприятий питания в 2022 году составила всего 0,6% от общего объёма инвестиций в стране, а в 2021 году на бюджетные средства приходилось 13,6% финансирования [1; 5].

С точки зрения социального потенциала, КСР обеспечивают массовое трудоустройство в сезонный период и реализацию программ лечебно-оздоровительного туризма. В 2024 году 51% туристов прибыли в Крым с целью оздоровления. Однако наблюдается неравномерная нагрузка территории: 50,2% туристов сосредоточены на Южном побережье, тогда как внутренние районы и восточное побережье используются недостаточно [3]. Это создаёт риски перегрузки экосистем и культурно-исторических объектов. Такая концентрация туристических потоков не только усиливает антропогенное воздействие на природные ландшафты и инфраструктурную нагрузку, но и снижает общую устойчивость туристской дестинации, ограничивая возможности для пространственного и функционального развития региональной туристской экономики.

Коэффициент устойчивости туризма по ночёвкам (КУТ2) в 2023 году составил 11,45 (5-е место в РФ), что на 32% ниже уровня 2022 года (16,82). Это может свидетельствовать о снижении целевой привлекательности региона [1].

Государственная поддержка направлена на модернизацию инфраструктуры: в 2024 году в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на обустройство туристского центра в Феодосии выделено 143,31 млн рублей [3]. Также применяются меры налогового стимулирования: обнуление НДС на гостиничные услуги, строительство модульных накопительных средств размещения (МНСР) [1].

Особое внимание уделяется кадровому обеспечению: функционирует «Банк вакансий», проводятся ярмарки, аттестацию прошли 466 экскурсоводов (по состоянию на 1 января 2025 года) [3]. Реализуются межрегиональные инициативы, включая формирование маршрута «Золотое кольцо Боспорского царства» [4].

Выводы. Коллективные средства размещения в Республике Крым обладают значительным экономическим и социальным потенциалом, реализация которого требует перехода от количественного к качественному развитию. Несмотря на рост турпотока и налоговых по-

ступлений, сохраняются структурные диспропорции: недостаток высококлассных объектов, отсутствие налоговых льгот, ограниченность инвестиций и зависимость от бюджетных мер поддержки.

Для устойчивого развития необходимо: 1) стимулировать частные инвестиции через механизмы ГЧП; 2) дифференцировать туристское предложение (гастрономический, сельский, экологический туризм); 3) внедрять цифровые платформы для мониторинга и регулирования потоков; 4) усилить межрегиональную кооперацию.

Только при системном подходе Крым сможет реализовать национальную цель по увеличению вклада туризма в ВВП до 5% к 2030 году и стать модельным регионом сбалансированного, социально ориентированного и экологически ответственного туристского развития.

Источники и литература

1. Демидова С. Е. Оценка устойчивости восстановления туризма в региональном разрезе / С. Е. Демидова // Финансовые исследования. – 2024. – Т. 25, № 3. – С. 144–157.

2. Министерство курортов и туризма Республики Крым. Отчёт о развитии туристской отрасли Республики Крым за 2024 год. – Симферополь, 2025.

3. Паранина Т. О. Современное состояние индустрии гостеприимства и туризма в Республике Крым и перспективы её развития на 2023 год / Т. О. Паранина // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 4. – С. 386–389.

4. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года: распоряжение Совета министров Республики Крым от 10.10.2024 № 1855-р. – URL: https://business.rk.gov.ru/medias/files/strategy_lite.pdf (дата обращения: 07.12.2025).

5. Умерова С. Э. Анализ общей динамики развития туристского сектора экономики Республики Крым / С. Э. Умерова // XVIII Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция «Теория и практика экономики и предпринимательства». – 2023. – С. 186–188.

6. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Инвестиции в России. 2023. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Investitsii_2023.htm (дата обращения: 07.12.2025).

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.12.2024 № 1951 «Об утверждении Положения о классификации средств размещения» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2024. – № 52. – Ст. 8765.

The Art of Personalization in the Digital Age: The Experience of Vladivostok Hotels for Tourists from Vietnam

E. V. Galenko

*Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality, School of
Economics and Management, Far Eastern Federal University (Vladivostok)*

H. T. Nguyen

*4th-year student, major «Hotel Management», Department of Tourism and
Hospitality, School of Economics and Management, Far Eastern Federal
University (Russian Federation, Vladivostok; Socialist Republic of Vietnam)*

The hotel industry is not yet fully ready for personalization. Technologies currently offer only basic solutions, such as standard rooms and standard service. However, digital tools are already being used, including artificial intelligence, virtual and augmented reality, as well as data analytics, which help make service more individualized. Personalization in the hotel business not only improves service quality but also strengthens customer loyalty by offering them unique propositions.

***Keywords:** personalization, digital technologies, hotels, individualized offers, artificial intelligence, innovative approach.*

Introduction. Amid the rapid development of digital technologies and the globalization of the world economy, the hospitality industry is undergoing significant transformations. Service personalization is becoming a key factor in the competitiveness of hotel enterprises, enabling them not only to meet customer needs but also to create unique, emotionally rich, and personalized experiences. This paper examines the phenomenon of the art of personalization in the hotel business using artificial intelligence (AI), which represents an innovative approach to managing the customer experience [1, p. 72].

Personalization in the hotel business with the use of AI is considered a strategic tool that enables the integration of data on guests' preferences and behavior into operational processes. Smart hotels equipped with advanced AI technologies are opening a new era in the tourism and hospitality industry, offering customers personalized services and solutions. The art

of personalization in the digital age is based on big data analytics, machine learning, and algorithms, which make it possible to create a highly individualized experience for each guest.

According to a Data Axle survey, 61% of travelers highly value personalized recommendations, with this trend being particularly pronounced among millennials (31%) and Generation Z (33%) [2]. These data indicate growing demand for personalized services and confirm the relevance of research in this area.

However, despite the active discussion of personalization in the hospitality industry, the practical implementation of this approach faces a number of challenges. In particular, there is a gap between theoretical concepts and the practical aspects of implementing personalization in hotel enterprises.

An analysis of scientific articles reveals that personalization has traditionally been associated with elite hotels focused on working with regular VIP clients. In this context, the key role is played not only by anticipating guest expectations but also by having specialized services and products that meet their needs [3, p. 5].

A question arises: can digital technologies provide what was previously considered possible only for luxury hotels? Is it feasible to apply personalization to the majority of hospitality enterprises that do not have significant resources and experience?

This study is devoted to examining personalization in the digital age using the example of Vladivostok hotels oriented toward tourists from Vietnam. The main emphasis is on the interaction of various types of personalization with specific technological solutions and data. Particular attention is paid to the impact of guest engagement on their level of satisfaction with the technological aspects of personalization. This issue is relevant because the level of scholarly understanding of this aspect remains insufficient.

Research Results. Personalization in the field of hotel service is an innovative method of creating a unique customer experience aimed at increasing the level of guest satisfaction and loyalty. Unlike the traditional approach focused on mass service, personalization involves developing individualized offers that precisely match the needs and preferences of each client. This not only improves the quality of services provided but also establishes a closer emotional connection between the guest and the hotel.

Modern digital technologies play a key role in implementing a personalized approach. At the HorecFex 2025 exhibition in Da Nang, Vietnam, innovative solutions were presented that demonstrate the potential of artificial intelligence (AI) and other advanced technologies. For example, the use of AI to create personalized music playlists tailored

to the guest's mood helps create a unique emotional atmosphere in each room. Voice control of lighting, temperature, and scents via voice commands and mobile apps significantly increases the comfort level of a hotel stay. AI-based data analytics not only allows hotels to remember guest preferences but also to predict their future needs, contributing to a more precise adaptation of services. Virtual and augmented reality (VR/AR) give guests the opportunity to choose a room's interior in advance, which is an additional element of personalization [4].

To assess the impact of personalization on hotel operations, an analysis was conducted of 15 third-category hotels in Vladivostok oriented toward tourists from Vietnam. The purpose of the study was to determine how successfully hotels can implement a personalized approach and to identify the most effective methods for its implementation.

As a result of the analysis, five key elements of personalization were identified:

1. Creating detailed guest profiles.
2. Providing comprehensive information about available services.
3. Determining the purpose of the visit and adapting services accordingly.
4. Implementing personalized pricing.
5. Developing individualized recommendations.

Based on these elements, a classification of approaches to personalization was developed:

1. Traditional approach: the "one-to-all" stage.
2. Basic personalization: the "one-to-many" stage.
3. Segmentation-based personalization: the "one-to-some" stage.
4. Micro-personalization: the "one-to-several" stage.
5. Hyper-personalization: the "one-to-one" stage [5].

The analysis of 15 Vladivostok hotels yielded the following data:

- Traditional approach ("one-to-all" stage): 4 hotels.
- Basic personalization ("one-to-many" stage): 5 hotels.
- Segmentation-based personalization ("one-to-some" stage): 5 hotels.
- Micro-personalization ("one-to-several" stage): 1 hotel.
- Hyper-personalization ("one-to-one" stage): not found in any of the hotels studied.

Thus, it can be concluded that most Vladivostok hotels are at the initial stages of implementing a personalized approach. Nevertheless, even basic personalization methods, such as customer segmentation and providing individualized offers, can significantly increase guest satisfaction and foster loyalty.

Conclusion. Personalization in the hotel business is a promising direction capable of significantly improving service quality and increasing customer

satisfaction. The introduction of digital technologies and analytical tools enables hotels to create unique offers tailored to the needs of each guest. The results of the study show that even small steps toward personalization can lead to significant improvements in hotel performance. However, to achieve maximum effect, it is necessary to continue developing and refining personalization methods, taking into account individual preferences and guest behavior.

Sources and References

1. Personalized service as an innovative technology for improving service quality and customer satisfaction in the hospitality sector / V. V. Filatov, I. A. Ramazanov, I. M. Bestaeva, Zh. V. Novikova // *Innovative Economy: Information, Analytics, Forecasts*. – 2024. – No. 5. – pp. 64–79. – URL: <https://doi.org/10.47576/2949-1894.2024.5.5.008> (дата обращения: 08.11.2025).

2. Revolution in Hotels: How Technologies Are Changing Guest Expectations and Business Strategies // *Turprom*. – URL: <https://www.tourprom.ru/news/77741/> (дата обращения: 12.11.2025).

3. Liao, Kyle & Halawi, Leila. A Framework for Measuring Personalization in the Luxury Hotel Industry, 2025 // *IntechOpen*. – URL: <https://10.5772/intechopen.1011894> (дата обращения: 27.10.2025).

4. HorecFex 2025, Da Nang, Vietnam // *HorecFex Vietnam*. – URL: <https://ariyana.dahahi.vn/dang-ky-truc-tuyen-horecfex-at-furama-2025>

5. Liudmyla Semyvolos. Personalization in Hospitality: Stages, Key Elements, and Industry Examples. – 2023 // *AltexSoft*. – URL: <https://www.altexsoft.com/blog/personalization-hospitality/>

Социокультурная обусловленность восприятия туристских дестинаций: влияние ценностных ориентаций и культурных кодов

А. А. Гарипова,

кандидат экономических наук,

заведующая кафедрой туризма и ресторанного дела

Карагандинского университета Казпотребсоюза

В статье рассматривается вопрос социокультурной обусловленности восприятия туристских дестинаций в условиях современных процессов глобализации и медиатизации туризма, что в свою очередь приводит к многоуровневому восприятию дестинаций – от когнитивного до символического. Особое внимание уделяется ценностной ориентации (индивидуализм, дистанция власти, отношение к неопределенности) и культурным кодам (язык, символы, традиции, визуальные образы) формирующих эмоциональное и семантическое восприятие дестинации.

Ключевые слова: *туристская дестинация, марочный капитал, культурный код, идентичность, неонамадизм.*

Введение. Современный мир переживает переход от традиционной (утилитарной) экономической модели, основанной на материальных ценностях, к новому пониманию экономики, где ключевую роль играют впечатления и эмоциональные переживания. В данном исследовании мы понимаем туризм, не только как экономическую отрасль, а как концепцию экономики впечатлений, которая акцентирует внимание на ценностях, связанных с позитивными эмоциями, личным удовлетворением и обогащением духовного опыта.

Нельзя не отметить, что процесс глобализации оказывает очень глубокое влияние на «размытие» межстрановых границ [1, с. 356]. Для экономик стран глобализация, несомненно, оказывает положительный эффект, но вместе с тем, по мере развития глобализации формируется вызов культурному коду стран, логичной реакцией должно стать укрепление институций, культурных ценностей, самобытности народов.

Для многих стран для повышения конкурентоспособности на мировом туристском рынке необходимо иметь уникальное предложение.

Уникальным в данном контексте мы будем считать самобытность туристских дестинаций стран.

Результаты исследования. Если рассматривать модели бренда или же марочного капитала стран, то практически во многих мы можем увидеть, как составную компоненту – культуру и наследие. В модели С. Анхольта одной из шести компонент выступает культура и наследие (см. рисунок).



Рисунок – Модель марочного капитала по С. Анхольту [2]

Многие страны активно продвигают политику культурной идентичности как одного из инструментов по привлечению туристов.

Основу институционального капитала территории формируют территориальные институты, оказывающие протекцию в эффективном формировании капиталов территории – культурный, социальный, человеческий, символический, креативный и др. [3, с. 116]. Говоря о социальной сущности потребительского капитала, мы говорим о доверительных отношениях между брендом территории и стейкхолдерами, при данных условиях можно утверждать, что восприятие территории формируется позитивным и территории воспринимается как конкурентоспособная [4, с. 41].

Брендинг культурного кода активно набирает обороты и транслируется через событийность, что в свою очередь формирует интерес у нерезидентов территорий. Еще в X–XI веках интуитивно люди пробовали привлечь внимание к своим территориям, первичным акцентов выступала организация мероприятий, носящих религиозный и светский характер [5, с. 61]. Паломничество вызвало особый интерес, к примеру города России, где находятся захоронения царей, членов царских семей, так как люди верят в религиозную силу таких мест.

Особой популярностью пользовались ярмарки, имеющие мультифункциональное направление в реализации. Такого рода события представляли собой не только места торговли, но и места досуговой и культурной организации. На ярмарках можно было посмотреть театрализованные постановки, поучаствовать в состязаниях и т. д. Первоначально локализация ярмарок была недалеко от церквей, тогда именно церкви были наиболее посещаемыми местами [6].

Здесь не только учитывается интерес торговцев. Эти локации пользовались популярностью в силу того, что имели положительный экономический эффект для церквей. Экономические интересы монастырей основывались на получении торговых пошлины, соответственно регулярное проведение ярмарок вызывало интерес. Обычно участниками ярмарок выступали местные производители и торговцы.

Обратим внимание на известные города, такие как Париж, Рим, Лондон и т. д. То есть мы говорим о тех городах, которые свое признание получили, не опираясь не на продвижение брендов своих территорий, а исключительно посредством богатой самобытной культуры, которая является фактором аттрактивности для посетителей со всех уголков мира [7].

Современная туристская дестинация все чаще воспринимается не как совокупность услуг, а как культурно-семантическое пространство, в условиях которого формируется уникальная идентичность дестинаций. Исследование подтвердило, что аттрактивность во многом зависит от силы не просто бренда в широком и общем понимании, а культурного кода, который представляет собой совокупности символов, традиций, языковых и визуальных образов, транслирующих уникальные смыслы и ценностные ориентации. Именно через культурный код происходит эмоциональное вовлечение туриста, усиливается эффект подлинности и создается устойчивая связь между посетителем и местом.

В условиях глобализации и цифровой мобильности важную роль в переосмыслении дестинаций играют неонамады – представители новой культуры путешествий, для которых ценность территории определяется не столько материальными, сколько социокультурными аспектами: атмосферой, образом жизни, открытостью к межкультурному диалогу. Этот тип туристов способствует развитию новых форм культурного обмена и актуализирует необходимость сохранения локальной самобытности.

Выводы. Устойчивое развитие туризма однозначно требует стратегического подхода, который акцентирует свое внимание не только

экономические, но и аксиологические основания территориального брендинга. Формирование аттрактивности туристских дестинаций через призму культурного кода позволяет объединить экономический потенциал с культурной миссией – сохранением и осмыслением наследия в глобальном мире.

Источники и литература

1. Гарипова А. А. Влияние процесса глобализации на формирование марочного капитала территории на примере Республики Казахстан / А. А. Гарипова // Экономика в меняющемся мире: V Всероссийский экономический форум: сборник научных трудов (Казань, 17–21 мая 2021 г.). – Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2021. – С. 356–359.

2. Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation / S. Anholt. – London: Palgrave Macmillan, 2010. – 168 p.

3. Романишина Т. С. Применение инновационного маркетингового подхода к управлению территорией современного города в контексте институциональной теории / Т. С. Романишина // Транспортное дело России. – 2011. – № 12. – С. 115–117.

4. Седых И. А. Индустрия исполнительских искусств / И. А. Седых. – Москва: НИУ «Высшая школа экономики». – 2018. – 105 с.

Гаспарян О. Т. Культурный код как инструмент реализации интенции продажи в современной рекламе / О. Т. Гаспарян // Мир русского слова. – 2016. – № 1. – С. 56–61.

5. Лавринова Н. Н. Социальные аспекты ярмарки в пространстве городской культуры / Н. Н. Лавринова // Неофилология. – 2020. – № 21. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-aspekty-yarmarki-v-prostranstve-gorodskoy-kultury> (дата обращения: 27.12.2025).

6. Борисова О. М. Рождение привлекательной мифологии. Особенности формирования и оценки бренда города / О. М. Борисова // ЭКО. – 2010. – № 5 (431).

Современные особенности динамики туристического потока в Крыму

Д. В. Горохова,

магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Э. Э. Ибрагимов — научный руководитель,

доктор экономических наук, доцент

заведующий кафедрой туризма менеджмента

и социально-культурной деятельности,

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье исследуются ключевые тенденции и закономерности развития туристического потока на территории Республики Крым в современных условиях. Проведён анализ динамики въездного туристического потока в Республику Крым в современных условиях, включая периоды резких изменений и последующей стабилизации. Предложены основные направления развития туристической инфраструктуры Крыма, с целью увеличения туристического потока.

Ключевые слова: *современные особенности, динамика туризма, туризм в Крыму, курортная инфраструктура, транспортная доступность, туристско-рекреационная сфера, туристический поток.*

Введение. Туризм – один из ключевых секторов экономики Республики Крым, существенно влияющий на её социально-экономическое развитие. За последнее десятилетие отрасль прошла через серьёзные трансформации, обусловленные как внешними геополитическими изменениями, так и внутренними процессами модернизации инфраструктуры. Актуальность исследования определяется несколькими взаимосвязанными факторами:

- необходимостью оценки эффективности принимаемых мер по развитию туристской отрасли;
- потребностью в прогнозировании загрузки инфраструктуры с учётом сезонных и структурных изменений потока;
- важностью выработки стратегий устойчивого развития туризма в условиях меняющейся внешней среды.

Цель исследования – выявить современные особенности динамики туристического потока в Крыму, определить ключевые факторы, влияющие на его формирование, и оценить перспективы развития отрасли.

Результаты исследования. В ходе исследования выявлены ключевые закономерности и тенденции формирования туристического потока в Республике Крым.

1. Динамика въездного туризма (за последние 10 лет).

Анализ статистических данных показывает устойчивую положительную динамику турпотока с рядом значимых переломных моментов (см. рисунок) [2]:

после 2014 г. – резкий рост, обусловленный изменением геополитической ситуации и переориентацией внутреннего туризма;

2018–2019 гг. – рекордные показатели (6,8 млн и 7,43 млн туристов соответственно), связанные с вводом Крымского моста и нового терминала аэропорта Симферополя;

2020 г. – спад из-за пандемии COVID-19;

2021–2025 гг. – постепенное восстановление и новый рост: за 2021 г. зафиксировано 9,4 млн туристов (на 14,5 % больше, чем за аналогичный период 2024 г.) [6].

Согласно анализу статистических данных, туризм выступает важнейшей составляющей экономики Республики Крым, оказывая заметное влияние на социально-экономическое положение региона. За минувшее десятилетие сектор претерпел существенные изменения – как под воздействием геополитических факторов, так и благодаря масштабной модернизации туристической инфраструктуры [3].

2. Динамика туристического потока: ключевые цифры.

За период с 2014 по 2023 г. полуостров принял 61 млн гостей. Наиболее показательные результаты:

2021 г. – рекордные 9,4 млн туристов;

2024 г. – 6,06 млн человек (рост на 16 % относительно 2023 г.);

январь–октябрь 2025 г. – свыше 6,5 млн посетителей (увеличение на 14,5 % к аналогичному отрезку 2024 г.).

Период динамики 2014- окт. 2025

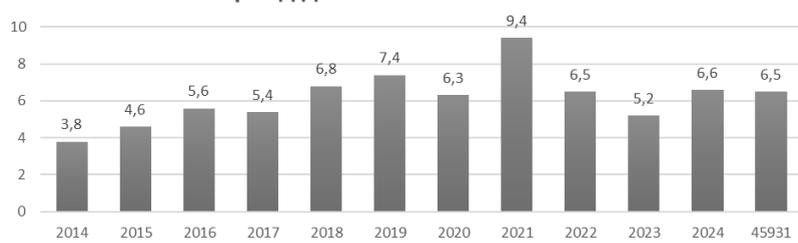


Рисунок – Динамика въезда туристов Крым за период 2014 – октябрь 2025

3. География и состав туристского потока [6].

Распределение по курортным зонам (по данным на 2025 г.):

Южный берег (Ялта, Алушта) – 43%; Западное побережье – 33%;
Восточное побережье (Феодосия, Судак) – 15%.

Основной контингент туристов прибывает из:

Центрального федерального округа (Москва и Московская область); Санкт-Петербурга; Приволжского и Уральского федеральных округов.

Способы въезда в 2025 г. [7].

автотранспортом через Крымский мост – 61%; железнодорожным транспортом – 23%; через новые регионы – 16%.

4. Сезонность и степень загрузки объектов.

Пик сезона (июнь – август) привлекает 70–80% годового турпотока. В августе 2025 г. зафиксирован максимум – 1,5 млн гостей.

Межсезонье (апрель – май, сентябрь–октябрь) демонстрирует прирост на 12–15% за три года благодаря развитию санаторного и делового туризма.

Низкий сезон (ноябрь – март) характеризуется загрузкой на уровне 25–30%, однако наблюдается постепенный рост за счёт мероприятий событийного туризма [4].

Самые загруженные курорты летом 2025 г.: Саки – 78%; Евпатория – 77%; Ялта – 76%.

5. Предпочтения туристов.

Структура спроса по видам отдыха:

пляжный туризм – 45–50%; санаторно-курортное лечение – 25–30%; культурно-познавательные поездки – 15–20%; активный и событийный туризм – 5–10%.

6. Основные вызовы отрасли:

1) дисбаланс регионального развития – чрезмерная концентрация туристов на Южном берегу и Юго-Восточном побережье;

2) недостаток современной инфраструктуры в межсезонный период;

3) конкурентное давление со стороны других черноморских курортов в ценовом сегменте;

4) транспортные сложности – длительные переезды, особенно для семей с детьми;

5) ярко выраженная сезонность – зависимость от летнего пика посещаемости [5].

7. Направления развития.

• Для обеспечения устойчивого роста туристической отрасли необходимо сосредоточиться на следующих аспектах:

- развитие круглогодичного туризма за счёт санаторно-курортных комплексов и событийных программ [4];
- расширение ассортимента туристических продуктов (экотуризм, гастротуризм, медицинский, инклюзивный и винный туризм);
- цифровизация сервисов (онлайн-бронирование, мобильные гиды);
- совершенствование транспортной инфраструктуры (ремонт дорог, расширение железнодорожного сообщения);
- продвижение новых туристических зон (Западный и Восточный Крым, сельские территории) [1].

К значимым реализованным и реализуемым проектам (2014–2025) можно отнести:

- «Золотые пески России» (Евпатория). Инвестиции – 60 млрд руб. В рамках проекта возводятся отели, санатории и самая длинная в России набережная (24 км). Прогнозируемый ежегодный поток – около 500 тыс. туристов [8];

- Арт-резиденцию «Таврида» (Судак). Объём вложений – 3 млрд руб. Комплекс с Академией «Меганом» обеспечивает проведение форумов в течение всего года;

- завод марочных вин «Коктебель». Инвестиции – 1,5 млрд руб. Проведена модернизация оборудования, запущена новая линия производства, ведётся обновление виноградников [8];

- «Атлас апарт-отель и спа» (Судак). Вложено свыше 4 млрд руб. Построено 12 корпусов (более 800 номеров) вблизи урочища Алчак-Кая [8].

Выводы. Туристический поток демонстрирует устойчивый рост (2014–2025 гг.). Ключевой драйвер доступности – развитие транспортной инфраструктуры (Крымский мост, аэропорт, ж/д). Снижается зависимость от сезонности: растёт популярность межсезонья. Приоритет – диверсификация туристского продукта и развитие территорий вне ЮБК. Растёт экономическая значимость туризма, что требует системной поддержки властей и бизнеса.

Источники и литература

1. Годовой отчёт Министерства курортов и туризма Республики Крым за 2024 год / Симферополь: Минкурортов РК, 2025 // Правительство Республики Крым: [сайт]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/structure/2b314595-c1ef-43f0-a4f5-4b5518b76d01> (дата обращения: 04.11.2025).

2. «Портрет» Крымского туриста сезона 2024 Министерство курортов и туризма Республики Крым за 2024 год / Симферополь: Минкурортов РК,

2025 // Правительство Республики Крым: [сайт]. – URL: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/container/2024/12/10/2024-12-10-12-40-03_1.pdf (дата обращения: 04.11.2025).

3. За десять месяцев 2025 года туристический поток в Республику Крым составил более 6,4 млн человек // Правительство Республики Крым: [сайт]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/articles/94f1597f-c3e4-4e63-b54a-204f6ab49fd3> (дата обращения: 04.11.2025).

4. Селиванов В. В. Туристские ресурсы региона. Крым: учебник для вузов / В. В. Селиванов // Высшее образование. – Москва: Юрайт, 2022. – 320 с.

5. Скараник С. С. Туристская отрасль Республики Крым: актуальные проблемы и перспективы развития / С. С. Скараник // Outpost. – 2022. – № 4. – С. 22–30.

6. «Портрет» Крымского туриста сезона Министерство курортов и туризма Республики Крым. – Симферополь: Минкурортов РК, 2025 // Правительство Республики Крым: [сайт]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/structure/9e080a41-f966-4a10-b567-cc66f3c1d104> (дата обращения: 04.11.2025).

7. Щипанова Д. Г. Развитие туристической индустрии Республики Крым: факторы и динамика / Д. Г. Щипанова, Д. Д. Буркальцева, Э. У. Османова [и др.] // Экономические науки. – 2023. – № 5. – С. 78–85.

8. Каким будет Крым в 2030 году // VC.ru: [сайт]. – 2025. – URL: <https://vc.ru/opinions/1292221-kakim-budet-krym-v-2030-godu-10-vaznyh-proektov-kotorye-izmenyat-region> (дата обращения: 04.11.2025).

Направления цифровой трансформации в туристской отрасли

М. В. Горячих,

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры туризма, менеджмента
и социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье рассматривается процесс цифровизации туристской отрасли как ключевой фактор её трансформации. Подчеркивается роль онлайн-бронирования, больших данных и искусственного интеллекта в повышении эффективности, создании персонализированного опыта и обеспечении устойчивого развития туризма после пандемии.

***Ключевые слова:** цифровизация, туристская отрасль, онлайн-бронирование, искусственный интеллект (ИИ), виртуальный тур, персонализация, устойчивое развитие.*

Введение. В настоящее время происходит процесс трансформации туристской отрасли, где усиливается цифровое решение многих задач в процессе предоставления туристских услуг, то есть начинается новая продвинутая форма под названием цифровизация туристических услуг. Цифровизация туристических услуг является ключевым фактором в стимулировании инноваций и преобразовании методов работы туристической индустрии. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью цифровых технологий в туристской отрасли, что необходимо для сохранения конкурентоспособности и удовлетворения растущих ожиданий современных путешественников.

Цель исследования – проанализировать некоторые направления цифровизации туристских услуг, представляющих собой инновационный подход.

Результаты исследования. Цифровизация определяется как использование цифровых технологий для управления и развития бизнеса, которое, помимо продажи товаров и услуг через Интернет, включает сбор и интерпретацию больших данных, которые могут помочь в разработке новых видов деятельности или изменении существующих видов деятельности [1].

На современном этапе обеспечение экономического развития, предоставление туристских услуг без использования достижений науки и технологии невозможно и не имеет экономической эффективности. Исходя из этого, в процессе деятельности туристских предприятий и юридических лиц, которые непосредственно связаны с туристской деятельностью, следует широко использовать инновационные достижения.

Внедрение цифровизации после пандемии COVID-19 помогло туристическому бизнесу стать более гибким и устойчивым в дальнейшем. В эпоху современных технологий и цифровых прорывов сложно представить человека без гаджета в кармане, не говоря уже о путешественниках, для которых он давно перестал быть только лишь средством общения [2].

Платформы онлайн-бронирования и простота бронирования дают возможность путешественникам беспрепятственно бронировать авиабилеты, номера в отелях, проживание и мероприятия, обеспечивая удобство для пользователя. Система бронирования с использованием технологических достижений влияет на реструктуризацию и обновление процесса предоставления туристских услуг. Такой подход может обеспечить будущее инновационное развитие туризма в стране.

Для большего привлечения туристов через цифровизацию услуг взгляд необходимы следующие меры.

1. Создать интуитивно понятный интерфейс для пользователей. Навигация должна быть легкой, процесс бронирования понятным.

2. Провести оптимизацию веб-сайтов и платформ для мобильных устройств.

3. Обеспечить быстрый процесс бронирования путем использования возможностей скоростного интернета с привлечением дистрибьютерских компаний. Это уменьшит количество шагов в процессе бронирования. Чем меньше времени и усилий требуется от пользователя, тем больше вероятность успешного завершения бронирования. Также постоянно отслеживать аналитику и проводить тестирование процесса бронирования с использованием данных для оптимизации и улучшения эффективности услуг бронирования.

4. Обеспечить интеграцию с другими сервисами, такими как транспорт и развлечения, чтобы клиенты могли удовлетворить все свои потребности одним бронированием.

Реализация этих стратегий поможет упростить процесс онлайн бронирования, сделать его более привлекательным для клиентов и повысить конверсию бронирований.

На современном этапе технологического прогресса цифровизация туристских услуг позитивно влияет на развитие сектора туристских услуг, которая приведет:

– к доступности туристских услуг в режиме реального времени. Путешественники могут мгновенно проверять наличие отелей, рейсов и туров, что облегчает быстрое принятие решений. Мобильные приложения позволят путешественникам получать доступ к информации, бронировать услуги и получать обновления прямо в пути;

– персонализации туристских услуг, то есть приложения могут предлагать персональные рекомендации на основе предпочтений пользователя, улучшая общее впечатление от путешествия;

– организации виртуальных туров. Цифровые инструменты, такие как виртуальные туры и приложения VR, позволяют путешественникам исследовать направления и варианты размещения перед бронированием;

– расширению пользовательского опыта: VR может обеспечить интерактивный и захватывающий опыт посещения туристических объектов, музеев и исторических достопримечательностей;

– упрощению цифровых платежных решений, то есть бесконтактные платежи, варианты цифровых платежей, включая мобильные ко-

шельки и шлюзы онлайн-платежей, предлагают путешественникам безопасные и удобные транзакции;

– упрощению конвертации валюты. Цифровые платформы часто обеспечивают конвертацию валюты в режиме реального времени, помогая туристам эффективно управлять расходами;

– аналитике больших данных. Туристские предприятия могут использовать данные клиентов (туристов) для анализа поведения, предпочтений и тенденций, что позволяет им адаптировать услуги и маркетинговые стратегии. А также, операционная эффективность и анализ данных способствует оптимизации операций, распределению ресурсов и прогнозированию спроса;

– интеграции с социальными сетями. В процессе этого улучшается пользовательский контент, значит, путешественники делятся своим опытом в социальных сетях, оказывая влияние на других и внося свой вклад в маркетинг направлений. Комментарии, которые пишут туристы о своих впечатлениях могут позитивно повлиять на развития туризма в республике в будущем обеспечению потока туристов или наоборот. А также, улучшается взаимодействие с клиентами. Туристские предприятия используют платформы социальных сетей для прямого взаимодействия с клиентами, ответа на запросы и продвижения специальных предложений;

– продвижению использования интеллектуальных устройств в туризме. Интеллектуальные устройства, это устройства интернета вещей, такие как умные гостиничные номера и носимые устройства, повышают качество обслуживания гостей, предоставляя персонализированные услуги и автоматизируя задачи. Также, интернет вещей повышает эффективность работы в таких областях, как транспорт, благодаря отслеживанию и мониторингу в реальном времени;

– развитию и использованию искусственного интеллекта (ИИ). Чат-боты и виртуальные помощники на базе искусственного интеллекта помогают путешественникам в планировании и обеспечивают мгновенную поддержку клиентов. ИИ анализирует пользовательские данные, чтобы предлагать персональные рекомендации по размещению, мероприятиям и направлениям;

– обеспечению по всей России использования технологии электронного платежа QR-кодов. Этот инструмент позволяет путешественникам получать доступ к информации о туристических объектах, событиях и услугах без физического контакта.

Использование цифровых технологий в процессе деятельности всех сфер национальной экономики России, включая сферу услуг и

туризм, в частности, даст новый импульс для совершенствования традиционных турмаршрутов и появляются новые возможности, для доступа ранее недоступных туристских услуг. Именно такие подходы способствуют снижению общих рисков и повышению эффективности развития национального туризма.

Выводы. Цифровые технологии не только оптимизируют управление инфраструктурой, но и открывают новые возможности для создания более устойчивых, интеллектуальных и комфортных городов. Развитие цифровых технологий в управлении инфраструктурой представляет собой важный шаг к созданию более устойчивого и инновационного будущего.

Источники и литература

1. Еров Д. Н. Цифровизация туристских услуг как новая модель развития туризма в Республике Таджикистан / Д. Н. Еров // Государственное управление. – 2024. – № 3 (68). – С. 96–105.

2. Истратова Е. С. Актуальные аспекты цифровизации индустрии гостеприимства и туризма / Е. С. Истратова, Д. Истратов // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2024. – № 22. – С. 79–82.

Эффективные методы сегментации как инструмент исследования целевой аудитории в туризме

Е. В. Дикаленко,

магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Э. Э. Ибрагимов — научный руководитель,

*доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье рассматриваются эффективные методы сегментации целевой аудитории в туризме с применением инструментов исследования. Проанализированы способы проведения исследования целевой аудитории для

более детального понимания потребностей и ценностей целевой аудитории, и как это влияет на привлечение гостей и загрузку отеля на примере реальной организации. Предложены рекомендации по внедрению контента на рекламные площадки объекта.

Ключевые слова: *глубинное интервью, интернет-продвижение, туризм, исследование, культура, целевая аудитория, сегментация.*

Введение. Маркетинг в современных реалиях позволяет отслеживать множество «передвижений» наших потенциальных клиентов. Это играет важную роль в высококонкурентном бизнесе. Маркетологи и владельцы бизнеса часто задаются вопросом: откуда гости узнают об отеле, сколько 1 гость приносит денег в бизнес или из каких источников трафика переходят люди на сайт, а там выбирают удобные даты для проживания. Как понять, что движет людьми при выборе отеля? Что лежит в основе потребностей аудитории и почему гости выбирают конкретный отель? От этого напрямую зависят финансовые показатели и развитие бизнеса.

Ранее было достаточно сегментировать аудиторию по полу, возрасту и уровню дохода [3]. Сейчас же основные показатели нам легко доступны и их можно посмотреть в сервисе Я. Метрика, которая установлена на сайт отеля [1]. Сейчас недостаточно сегментировать аудиторию только по вышеперечисленным показателям. Для успешной деятельности (успешным считаю привлечение клиента, который хотя бы 1 раз вернется обратно) деятельности важно понимать: какие ценности у посетителей, какие «боли» (исходя из имеющегося опыта или опыта знакомых), какие «страсти» есть у потенциальных клиентов. «Боли» – это проблемы, которые ранее испытывал человек в результате приобретенного опыта пользования услугой. «Страсти» – это то, чего хочет достичь наша аудитория, ценности – ориентиры и принципы, которые присущи аудитории [5] Помимо описанных выше факторов большое значение имеют поведенческие характеристики: где удобнее смотреть информацию об отеле, откуда узнает о новых отелях, по какому принципу выбирают отель? Что важно при выборе отеля? Какой опыт уже приобретен негативный или позитивный [4] ?

В современных реалиях при высокой конкурентной борьбе важен каждый гость, поэтому важна любая деталь, которая поможет привлечь больше посетителей в туристический бизнес, а лучшим показателем будет увеличение среднего чека и возвращение гостей снова в отель.

Цель исследования – выявить основные сегменты целевой аудитории на примере конкретного бизнеса отель в Горном Алтае LOFT12 и исследовать посредством глубинного интервью, какие «боли», «страсти», ценности лежат в основе каждого сегмента. Какие детали важны

для путешественников и по какому принципу люди выбирают отели или базы отдыха. А также предложить рекомендации по внедрению контента на рекламные площадки объекта.

Результаты исследования. Исследование было проведено посредством глубинного интервью. Были выбраны 15 человек (8 из них клиенты нашего отеля и 7 клиенты отеля схожего по позиционированию с нашим). Интервью проводилось посредством онлайн-встреч, в среднем на 30 минут и записью разговора для обработки информации. Глубинное интервью – это качественный метод анализа, в рамках которого исследуют потребности, ожидания, сложности и опасения пользователей продукта или целевой аудитории. Глубинное интервью подразумевает личную беседу. Особенности глубинного интервью – оно помогает лучше понять чувства, прошлый опыт, образ мышления, убеждения, мотивацию опрашиваемых [1].

По окончании исследования выделено 3 сегмента аудитории и к каждому сегменту выделены: боли, страсти и ценности.

Сегмент 1 – Семья, которая путешествует с ребенком. Для данного сегмента аудитории важен семейный отдых, где интересно всем. У ребенка есть чем заняться, и родители отдыхают без лишних хлопот. Также важно наличие бассейна, бани, отеля на берегу, чтобы из номера наслаждаться видами Горной Алтая. Основные проблемы – шум от соседствующих гостей, неудобные кровати и подушки, удобства не в номере или удобства работают ненадлежащим образом, например, заканчивается горячая вода быстро. Ценности: комфорт и чистота, отдых в кругу семьи, единение с природой.

Сегмент 2 – Семейные пары или компания девушек, которые ценят эстетичный интерьер и красивые виды из окна. Также ценят высокий уровень сервиса. Основные боли – визуальное восприятие на сайте и по факту не совпадет и отдых будет испорчен, в отеле будет много отдыхающих, не будут вовремя убираться в номерах.

Сегмент 3 – Активные путешественники с питомцами – молодые пары или один человек, которые берут с собой питомцев, для них важно, чтобы отель мог разместить питомца, которого не удалось оставить одного дома. Для данной целевой аудитории важны: позитивное отношения к их питомцам, понимание со стороны администрации, например, чтобы администрация обозначила можно ли в кафе с питомцем, где лучше гулять. Приятным сюрпризом станет, если отель предоставит специальные пакетики для выгула собак и лакомства.

Выводы. В результате проведенного исследования мы выявили три сегмента целевой аудитории в основе которых лежат разные по-

требности, «боли» и «страсти», и это повлияло на маркетинговую деятельность организации. Добавили на сайт фотографии с семейными парами и детьми, чтобы человек при посещении сайта видел собиравательный образ своей семьи и как им хорошо будет на базе. Показали фотографии гостей с отеля, чтобы было понятно, какие красивые и эстетичные номера в нашей отеле и любое фото станет приятным воспоминанием о поездке.

В соцсетях контент разделили по сегментам 3–5 раз в неделю выходят посты или видео, где мы даем контент конкретно под сегмент целевой аудитории, например для активных путешественников с питомцами «5 мест для посещения с животными в Горном Алтае» или для семьи с детьми «Почему LOFT12 идеальное место для отдыха всей семьей?».

В креативы рекламной кампании Яндекс.Директ добавили предложения размещения со скидкой 30% и на картинках отразили наши сегменты, что позволило нам сделать загрузку отеля на 86% в среднем.

Так, имея понимание не просто целевой аудитории, а сегментов, «болей», «страстей» и ценностей каждого сегмента, мы транслируем релевантные рекламные креативы и привлекаем гостей в отель.

Источники и литература

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: учебное пособие / Ф. Котлер [и др.]. – 10-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2021. – 233 с.
2. Голубкова Е. П. Основы маркетинга: учебник / Е. П. Голубкова. – Москва: Финпресс, 2013. – 377 с.
3. Маркетинг: учебник для вузов / под ред. Г. Л. Багиева. – Санкт-Петербург: Питер, 2015. – 566 с.
4. Волохов А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2023. – № 42. – С. 95.
5. Гончаров В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипенченко // Менеджер. – 2020. – № 3 (93). – С. 181–187.

Современные особенности туристического рынка России

С. Д. Димитриева,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры туризма,

менеджмента и социально-культурной деятельности

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье проанализированы современные особенности туристического рынка России в условиях геополитической нестабильности, санкционного давления и трансформации потребительских предпочтений. Рассмотрена динамика внутреннего и выездного туризма, выявлены ключевые тренды 2023–2025 гг. На основе статистических данных и отраслевых исследований представлены региональные различия в туристской активности, а также предложены направления государственной и корпоративной поддержки отрасли.

Ключевые слова: *внутренний туризм, туристический рынок, региональное развитие, мультимодальные маршруты, событийный туризм, государственная поддержка.*

Введение. Туристическая отрасль России в 2024–2025 гг. переживает период активной трансформации под влиянием геополитических, экономических и технологических вызовов. Санкционные ограничения, ослабление выездного потока в традиционные зарубежные направления и усиление внутреннего спроса привели к перераспределению туристических потоков, перестройке логистических маршрутов и формированию новых потребительских предпочтений. Как отмечается в исследовании Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), туризм обеспечивает около 12% мирового ВВП и создаёт 5,5 млн рабочих мест, оставаясь одним из ключевых драйверов экономического роста. В России доля туризма в ВВП в 2024 г. составила 2,6%, а к 2030 г. прогнозируется её рост до 4,5%. В этой связи актуальным становится анализ современных особенностей российского туристического рынка.

Результаты исследования. Согласно данным Росстата и отраслевых исследований, в 2024–2025 гг. наблюдается устойчивый рост внутреннего турпотока на фоне ограничений выездного туризма. Летний сезон 2024 г. стал рекордным: оборот отрасли за три месяца достиг 917

млрд рублей, что на 24% выше, чем в 2023 г. Общее число поездок по стране за год выросло на 10% [2].

Данные вышеприведенной таблицы подтверждают не только количественный рост, но и структурную перестройку рынка: доля туристов из регионов выросла с 27% в 2019 г. до 66% в 2025 г., что свидетельствует о расширении географии путешествующих и развитии региональной инфраструктуры.

Традиционно лидирующими направлениями остаются Москва (18,8%), Санкт-Петербург (13,4%) и Краснодарский край (20,5%). Однако ключевая тенденция – активный рост интереса к «нестолничным» регионам. В 2024 г. лидерами по наибольшему росту спроса стали: Крым и Калмыкия (рост на 48%), Архангельская область (34,3%), Орловская область (31%), Республика Коми, Мурманская область (30%).

Особенно высокие затраты на поездку на душу зафиксированы в Республике Алтай – 49 870 руб., что указывает на развитие премиального и экологического сегментов. Эксперты «Туту» прогнозируют рост турпотока в 2025 г. на 8–17%, при этом акцент делается на внутренние и восточные направления.

Одним из главных технологических трендов стал всплеск спроса на мультимодальные маршруты: путешествия с использованием нескольких видов транспорта (ж/д, авиация, автобус, пригородные поезда). В I кв. 2025 г. число таких заказов выросло на 20%, а продажи рейсов с участием автобусов на 15% [4]. Особое внимание уделяется интеграции китайского внутреннего авиасообщения: «РЖД – Цифровые Пассажи́рские Решения» подключает китайские авиакомпании,

Таблица – Динамика туристских потоков в Российской Федерации в 2022–2024 гг.

Наименование показателя	2022	2023	2024
Всего турпоездок по России (внутренние + въездные, с размещением в КСР), млн.	73,1	83,6	90,1
Внутренние поездки россиян, млн.	–	78,0	84,9
Выездные поездки россиян за рубеж	23,2	–	27,4
Доля туризма в ВВП, %	2,6	2,77	2,91
Экспорт туруслуг, млн долл. США	2 322	3 195	3 994
Импорт туруслуг, млн долл. США	17 880	30 011	36 695
Доля поездок из регионов (не из Мск/СПб), %	27	55	66

Источник: составлено на основе [2; 3; 5; 6].

не представленные в международных системах бронирования. Это открывает возможность построения сложных маршрутов: Москва → Пекин (самолёт) → Сиань (внутренний рейс) → поезд в Тибет.

Кроме того, внедряется гарантированная пересадка: пилотный проект, позволяющий компенсировать задержки и обеспечивать переоформление билетов без доплат. Такой сервис снижает риски для туристов и повышает лояльность к агентам.

Сегодня рынок выходит за рамки классического «пляжа» и «экскурсий». Формируются устойчивые ниши:

– событийный туризм (фестивали, концерты, спорт) – в 2025 г. рост на 22% [1];

– гастротуризм – у туристов формируется интерес к местной кухне, фермерским продуктам, мастер-классам;

– промышленный туризм – посещение предприятий (например, «Лада», «КамАЗ», «Искорка»);

– культурно-этнографический туризм – поездки в республики Северного Кавказа, Бурятию, Туву, а также в Беларусь и Казахстан;

– экотуризм и «наблюдение за природой», например, северное сияние (Мурманск), вулканы (Камчатка, Чукотка), Байкал.

Заметен рост спроса на пакетные туры «всё включено»: на 20% в Крыму и Краснодарском крае, 40% в Подмосковье. Одновременно растёт доля апартаментов (31% от всех бронирований) за счёт возможности размещения семей и приготовления еды.

Выводы. Современный туристический рынок России характеризуется устойчивым внутренним ростом, региональной диверсификацией, технологической модернизацией и продуктовой инновационностью. Если в 2020–2022 гг. отрасль выживала за счёт замещения выезда внутренними поездками, то сегодня формируется новая модель устойчивого развития, ориентированная на качество, доступность и уникальный опыт. При грамотной координации усилий государства, бизнеса и профессионального сообщества российский туризм обладает потенциалом не просто компенсировать утрату зарубежных направлений, но и стать самостоятельным, конкурентоспособным сегментом мировой индустрии гостеприимства.

Источники и литература

1. Боголюбов В. С. Современные тенденции развития рынка международного делового туризма / В. С. Боголюбов, К. А. Шандуренко // Сибиряковские чтения: трансформация бизнес-процессов в условиях глобальных экономических изменений: Материалы ежегодной Всероссийской научно-практической

конференции (г. Иркутск, 04 апреля 2025 года). – Иркутск: Байкальский государственный университет, 2025.

2. В своих пределах: как растет индустрия путешествий в России // РБК Отрасли: [сайт]. – 2024. – URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/6745e31f9a79474206b40c76> (дата обращения: 09.11.2025).

3. Корнеева А. В. Тенденции развития внутреннего рынка туризма России в условиях экономического кризиса / А. В. Корнеева, А. Н. Давлетова, Э. В. Ключкова // Трансформация российской науки в эпоху информационного общества: сборник материалов II Международной научно-практической конференции (Москва, 26 января 2024 года). – Москва: ООО «Издательство АЛЕФ», 2024. – С. 32–38.

4. Тренды в тревел-индустрии в 2025 году // Инновационная мобильность: [сайт]. – URL: <https://platform.smarttravel.ru/blog/turizm-v-rossii-trendy> (дата обращения: 09.11.2025).

5. Туризм в России. Итоги 2024 года // Министерство экономического развития Российской Федерации: [сайт]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/e0c9ed6e75a854d11b301a27834b0aba/turizm_v_rossii_itogi_2024_goda.pdf (дата обращения: 09.11.2025).

6. Туристический рынок России в 2025 году: состояние, тренды, перспективы // Mitt.ru: [сайт]. – <https://mitt.ru/ru/media/news/2025/june/30/turisticheskij-gynok-rossii-v-2025-godu-sostoyanie-trendy-perspektivy/> (дата обращения 09.11.2025).

Особенности влияния туризма на социокультурное развитие региона на современном этапе

Э. Э. Ибрагимов,

*доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье рассматривается комплексное влияние туризма на социальную и культурную среду принимающих регионов в современных условиях. В работе систематизированы ключевые позитивные эффекты и негативные последствия интенсивного туристического развития. На основе проведённого анализа предложены стратегические направления управления

этим влиянием, включая развитие устойчивого и ответственного туризма, диверсификацию турпродукта, вовлечение местного сообщества и аутентичный территориальный брендинг. Делается вывод о необходимости сбалансированного подхода, превращающего туризм в инструмент устойчивого социокультурного прогресса.

Ключевые слова: туризм, социокультурное развитие региона, устойчивый туризм, культурное наследие, региональная идентичность, овертуризм, управление туристскими потоками, территориальный брендинг.

Введение. Актуальность темы обусловлена тем, что в современном мире туризм перестал восприниматься исключительно как экономический феномен. Сегодня это мощная социокультурная сила, способная кардинально трансформировать жизнь региона. Если раньше основное внимание уделялось экономическим показателям – росту доходов, созданию рабочих мест, то на современном этапе мы наблюдаем смещение фокуса на комплексное, а зачастую и амбивалентное, влияние туризма на социальную и культурную среду принимающих территорий.

Международный туризм позволяет людям разных стран убедиться в культурном многообразии и единстве современного мира. Туристская активность оказывается многоцелевым социальным механизмом, позволяющим человеку удовлетворить целый спектр запросов, одновременно реализуя разные свойства характера и собственный активный потенциал [6].

Возрастает социальная и духовная значимость туризма. Это обусловлено формированием нового понимания места культуры в общественном развитии и осознанием необходимости сохранения культурного многообразия в мире. Туризм выступает одним из наиболее эффективных способов расширения взаимодействия представителей разных культур, практическим методом выработки принципов сотрудничества на международном уровне, каналом распространения образовательных моделей, ориентированных на открытость и мобильность [5; 7].

Все это обуславливает актуальность темы исследования и определяет ее *цель*, заключающуюся в определении особенностей влияния туризма на социокультурное развитие региона.

Результаты исследования. Классическая модель влияния туризма, которую мы можем обозначить как «экономический прагматизм», хорошо известна: приток иностранной валюты, развитие смежных отраслей (транспорт, общепит, торговля), создание новых рабочих мест. Однако современный этап характеризуется углублением и усложнением этих связей. Туризм становится ключевым агентом в процессе

формирования имиджа региона, инструментом «мягкой силы» и фактором, напрямую влияющим на качество жизни местного сообщества.

Современный турист все больше интересуется не просто отдыхом, а подлинным культурным опытом. Это порождает ряд позитивных тенденций для региона:

- ренессанс культурного наследия и локальной идентичности. Стремясь удовлетворить спрос на аутентичность, регионы активно инвестируют в реставрацию памятников архитектуры, возрождают забытые ремесла и народные промыслы. Местные жители, видя интерес извне, начинают по-новому ценить собственную культуру, традиции и историю. Формируется так называемая «региональная идентичность», которая становится брендом [2];

- развитие туристической инфраструктуры и повышение качества жизни. Наличие туристического потока оправдывает и стимулирует создание и модернизацию объектов, которыми пользуются и местные жители: новые музеи, концертные залы, благоустроенные общественные пространства, парки, развитая транспортная сеть. Это напрямую повышает комфорт проживания в регионе [4; 5];

- межкультурная коммуникация и толерантность. Постоянный контакт с представителями разных культур способствует разрушению стереотипов, воспитывает терпимость, формирует более открытое и космополитичное местное сообщество. Для молодежи это мощный стимул к изучению иностранных языков и приобретению компетенций в сфере гостеприимства;

- иверсификация социальной структуры. Туризм создает спрос на новые профессии (гиды-экскурсоводы, организаторы событий, специалисты по маркетингу территорий), что позволяет закрепить талантливую молодежь в регионе, предотвращая «утечку мозгов».

Однако необъективно игнорировать вызовы, которые несет с собой интенсивное развитие туризма. К ним относятся:

- коммодификация культуры и утрата аутентичности. Стремление угодить туристу часто ведет к превращению культурных ценностей в рыночный товар. Ритуалы, обряды и праздники превращаются в коммерциализированные шоу, рассчитанные на внешнего зрителя. Происходит так называемая «стандартизация культуры», когда регион начинает предлагать ожидаемый, а не подлинный продукт, теряя свою уникальность;

- социальное расслоение и рост стоимости жизни. Развитие туризма часто приводит к резкому росту цен на недвижимость, товары и услуги первой необходимости. Это создает социальную напряжен-

ность, так как местные жители с невысокими доходами могут быть вытеснены с центральных районов. Доходы от туризма зачастую распределяются неравномерно, концентрируясь в руках узкой группы бизнес-элит;

– культурный шок и конфликты. Массовый приток туристов с иной системой ценностей, нормами поведения (например, в вопросах одежды, публичного поведения) может провоцировать конфликты с консервативной частью местного сообщества;

– сезонность и нестабильность. Социальная сфера многих туристических регионов испытывает стресс из-за сезонности. В пиковый период инфраструктура работает на износ, а в низкий сезон возникает безработица, что дестабилизирует социальную жизнь [3].

Учитывая эти особенности, управление развитием туризма должно быть крайне взвешенным и стратегическим. Необходим переход от политики максимизации турпотока к политике управления его качеством и последствиями, а также выполнение ряда стратегических условий и направлений развития туризма в регионах:

- развитие устойчивого и ответственного туризма. Приоритетом должно стать не количество, а качество туристического опыта, который не наносит ущерба культурной и социальной среде. Это включает поддержку малого бизнеса, экологических практик и проектов, выгодных местному сообществу [1];

- диверсификация туристического продукта. Чтобы снизить нагрузку и сезонность, необходимо развивать различные виды туризма: культурно-познавательный, событийный, гастрономический, деловой, медицинский. Это позволяет равномерно распределять поток туристов в течение года;

- активное вовлечение местного сообщества в процесс принятия решений. Успешное развитие невозможно без учета мнения жителей. Необходимы публичные обсуждения туристических проектов, создание общественных советов, механизмы, позволяющие местным жителям напрямую получать выгоду от туризма (например, через программы микрофинансирования);

- развитие регионального бренда на основе подлинных ценностей. Брендинг региона должен отталкиваться не от клише, а от реальных исторических и культурных особенностей, создавая уникальное торговое предложение, которое привлечет «своего» туриста и сохранит идентичность территории.

Выводы. На современном этапе туризм представляет собой сложный и многогранный фактор социокультурного развития региона. Он

обладает колоссальным позитивным потенциалом, выступая катализатором возрождения культуры и улучшения качества жизни. Однако, как мы видим, он же порождает и серьезные вызовы, связанные с коммерциализацией, социальным неравенством и культурными конфликтами.

Ключевой задачей для органов власти, бизнеса и гражданского общества является не остановка развития туризма, а его грамотное, стратегическое **управление**, которое позволит извлекать максимальную пользу, минимизируя при этом негативные последствия. Только такой, сбалансированный и ответственный подход позволит превратить туризм в реальную силу для устойчивого социокультурного прогресса регионов.

Источники и литература

1. Региональный брендинг: от теории к практике: монография / Р. Р. Сулейманова, Р. В. Нигматуллин, Э. Н. Ямалова [и др.] – Уфа: Башкирский государственный университет, 2022. – 164 с.

2. Мацегор А. Ю. Оценка роли туризма в развитии региональных экономик и местных сообществ / А. Ю. Мацегор // Отходы и ресурсы. – 2023. – Т. 10, № 1. – URL: <https://resources.today/PDF/66ECOR123.pdf> DOI: 10.15862/66ECOR123 (дата обращения: 28.11.2025 г.).

3. Тенденции развития и поддержки сферы туризма в Республике Крым / Е. В. Романок, Е. В. Трусевич, С. Д. Дмитриева [и др.] // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2025. – Т. 5, № 8 (160). – С. 88–99.

4. Хакимов Д. И. Роль туризма в социально-экономическом развитии регионов / Д. И. Хакимов // Вестник науки. – 2025. – Т. 4, № 3 (84). – С. 249–253.

5. Ashworth, G. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes / G. Ashworth, S.J. Page // *Tourism Management*. – 2011. – Vol. 32 (1). – P. 1–15.

6. MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class / MacCannell D. – University of California Press, 1999. – 240 p.

Richards G. Cultural tourism: A review of recent research and trends / G. Richards // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2018. – Vol. 36. – P. 12–21.

Современные региональные площадки как инструмент популяризации внутреннего туризма

Н. А. Илюхина,

кандидат экономических наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»

У. А. Комарова,

обучающаяся 2 курса направления подготовки

«Социально-культурная деятельность»

ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»

Автор исследует развитие музейно-храмовых комплексов в регионе как привлекательных площадок для внутреннего туризма. В работе рассматривается их история возникновения, а также приводятся примеры комплексов в Орловской области, показывая, как культурное и религиозное наследие способствует увеличению туристского потока и развитию туризма в регионе.

Ключевые слова: *музейно-храмовые комплексы, туристский поток, Орловская область, культурные ценности, культурное наследие.*

Введение. Развитие внутреннего туризма в России стало важнейшим направлением экономической и культурной политики государства. Ещё в мае 2020 года Президент России В. В. Путин предложил включить развитие внутреннего туризма в общенациональный план действий по нормализации деловой жизни в стране и форсировать возможности в этом направлении. Региональные органы власти полностью разделяют озвученную стратегию и формируют программы на уровне отдельных территориальных единиц [4]. Аналитики в сфере туризма большое внимание уделяют теоретическим аспектам современных технологий в индустрии туризма, гостиничному сервису и в целом безопасному отдыху [1; 2; 5]. В ракурсе изучения музейно-храмовых комплексов находятся памятники всемирного природного и культурного наследия России, что также обсуждается в системе научно-практической литературы в сфере туризма [6; 7; 8].

Одним из наиболее перспективных направлений развития туристической инфраструктуры являются музейно-храмовые ком-

плексы, представляющие собой уникальные объекты культурного наследия, объединяющие исторические памятники архитектуры, искусства и религии. Музейное пространство должно строиться на принципах интерактивности, позволяя посетителям проявлять большую свободу выбора, вызывать желание исследовать и экспериментировать [5]. Цель исследования заключается в анализе потенциала музейно-храмовых комплексов как привлекательных площадок внутреннего туризма и разработке рекомендаций по повышению их туристической привлекательности. Методологическую основу составили общенаучные методы познания: анализ, синтез, обобщение, а также специальные методы: историко-культурный анализ, метод сравнительного анализа.

Результаты исследования. Музейно-храмовые комплексы – это объекты, которые сочетают функции музея и храма, при этом музейная интерпретация направлена на раскрытие историко-культурного значения памятника. Такие комплексы могут включать как самостоятельные объекты, так и части памятников, приспособленные под музейное использование. В настоящее время многие регионы стремятся развивать музейно-храмовые комплексы как ключевые элементы туристического бизнеса. Рост популярности музейно-храмовых комплексов стимулирует развитие внутреннего туризма, способствуя экономическому росту регионов и созданию новых рабочих мест. Развитие музейно-храмовых комплексов создает условия для формирования культурно-просветительных маршрутов, позволяющих туристам глубже изучить историю и культуру нашей страны.

Привлекательность музейно-храмовых комплексов для туристов обусловлена большим количеством факторов. Например, музейно-храмовые комплексы имеют огромную историко-культурную ценность. Также важным фактором является архитектура. Не мало важным фактором является и духовная атмосфера музейно-храмовых комплексов, которая повышает рентабельность и посещаемость. Храмы обладают особой духовной энергетикой, создающей ощущение покоя и умиротворенности. Музейно-храмовые комплексы предлагают широкий спектр возможностей и услуг для привлечения туристов, делая посещение интересным и запоминающимся событием. Проводятся разные экскурсионные маршруты. Не менее популярны образовательные мероприятия, которые проводятся в музеях-храмах. Они представлены лекциями, семинарами и мастер-классами. Стоит отметить и выставочную деятельность музейно-храмовых комплексов, которая представлена выездны-

ми выставками, фестивалями искусства, постоянными экспозициями произведений иконописания и другими мероприятиями.

Инфраструктура музейно-храмовых комплексов многообразна. Она представлена гостевыми домами и отелями, кафетериями и ресторанами, магазинами сувениров. Которые предлагают туристам и посетителям все необходимые услуги и возможности для комфортного посещения и пребывания в комплексе. Сегодня примерами таких комплексов в Орловской области являются духовно-православный центр «Вятский посад» находящийся в п. Вятский посад Орловского района и храмовый комплекс подсобного хозяйства «Орловский Колос» расположенный в деревне Сабуровские выселки.

«Вятский посад» – это духовно-православный центр, совмещающий храмовую, образовательную, культурно-просветительскую, паломническую и социально-аграрную функции (см. рисунок 1). Основной элемент центра – храм Сретения Господня. Он построен по крестово-купольной системе и выдержан в византийском стиле. Центр предоставляет посетителям широкий спектр возможностей проведения досуга. Кроме храмового комплекса и Православной церкви на территории «Вятского Посада» также располагается школа ремесел. Здесь местные гимназисты, а также обучающиеся школ Орла и Орловской области могут усовершенствовать свои навыки в гончарном деле, швейном деле, керамике и рисовании. Недалеко от площадки находится крытая сцена, оборудованная для проведения концертов и массовых мероприятий [3].

«Орловский Колос» – проект, сочетающий просветительскую, духовную и образовательную функции. (см. рисунок 2). Строительство комплекса было положено 15 октября 2018 года. «Орловский Колос» – потенциально привлекательный объект для туристов и паломников, который имеет свой уникальный формат – сочетание храма, хозяйства, образовательных и духовных практик. Комплекс является не просто музеем или храмом, он живое пространство, где можно ощутить связь веры, труда и культуры. «Орловский Колос» предоставляет большие возможности проведения свободного времени для туристов и паломников. Комплекс включает в себя животноводческий комплекс, физкультурно-оздоровительный комплекс с бассейном и конноспортивный комплекс с манежем. Помимо прочего, на территории располагаются пансион, выставочный центр, общественно-деловая зона и гимназия. Также «Орловский Колос» неоднократно проводит для туристов и посетителей культурно-просветительские мероприятия: экскурсии, лекции, церковные праздники, фестивали и мастер классы [7].



Рисунок 1 – Вятский посад



Рисунок 2 – Орловский Колос

Выводы. Музейно-храмовые комплексы представляют собой уникальные центры, где сочетаются духовные, культурные и образовательные ценности отечественного наследия. Развитие таких комплексов способствует укреплению федеральной и региональной идентичности, повышает туристическую привлекательность территорий и повышает экономическую активность местных сообществ. Таким образом, музейно-храмовые комплексы становятся важными центрами притяжения внутреннего туризма в России, объединяя в себе исторические, духовные ценности и современные формы досуга.

Источники и литература

1. Абдель Вахед Э. А. М. Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе: учебник: [16+] / Э. А. М. Абдель Вахед, В. А. Мендельсон, Л. Н. Абуталипова. – Казань: КНИТУ, 2021. – 204 с.
2. Анохин А. Н. Безопасный отдых и туризм: учебно-методическое пособие / А. Н. Анохин, И. Н. Корнева, А. М. Суздалева. – Оренбург: ОГПУ, 2023. – 191 с.
3. Духовный православный центр «Вятский посад» в Орловской области // vposad.ru: [сайт]. – URL: <https://vposad.ru/> (дата обращения: 18.11.2025).
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р. «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» // Правительство России: [сайт]. – URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 18.11.2025).

5. Карасёв И. Е. Основы и виды туризма: учебное пособие / И. Е. Карасёв, Ю. Р. Солодовникова. – Омск: ОмГТУ, 2019. – 90 с.

6. Киреева Ю. А. Виды туризма: учебное пособие: [16+] / Ю. А. Киреева. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 324 с.

7. Храм иконы Божией Матери «Спорительница хлебов» в подсобном хозяйстве «Орловский Колос» // Орловская метрополия: [сайт]. – URL: https://orel-eparhia.ru/objects/territory/orel_district/hram-orlovskiy-kolos (дата обращения: 18.11.2025).

8. Памятники всемирного природного и культурного наследия России в системе туризма: учебник: [16+] / А. С. Баранов, Е. И. Богданов, Н. О. Верещагина, И. Г. Филиппова; под ред. Е. И. Богданова. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 312 с.

Анализ федерального и регионального опыта в сфере мероприятий событийной индустрии

Н. А. Илюхина,

кандидат экономических наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»

Е. А. Синигаева,

обучающаяся 2 курс направления подготовки

«Социально-культурная деятельности»

ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»

В целях повышения туристской привлекательности отдельных регионов России целесообразно обратить внимание на культурные мероприятия, которые получили активное продвижение в крупных федеральных центрах. В ходе исследования туристического рейтинга Орловского региона отмечено, что массовые театральные постановки на открытых площадках могут изменить ситуацию по привлекательности для туристов в лучшую сторону.

Ключевые слова: *национальный туристический рейтинг, туристский поток, социокультурная урбанистика, культурное наследие, трансформация публичных пространств, сезонная активация, региональная адаптация, культурная политика.*

Введение. Актуальность исследования заключается в расширении границ региональных культурных мероприятий, большая их доступность для туристов различных социально-возрастных групп и повышение туристской привлекательности региона в целом.

Цель исследования – знакомство с локальными творческими коллективами в максимально комфортной для зрителя обстановке и в период, когда туристский поток в регионе достигает наивысшей точки. Указанные события сферы событийной индустрии активно изучаются российскими авторами в условиях роста спроса на внутренний туризм [5; 6]. Полынский А. С. рассматривает вопросы культурного туризма в целом, в то время как Захаров А. С. уделяет внимание разработке концепции проведения событийного мероприятия Нижегородской области [3]. Путрик Ю. С. и ряд авторов акцентируют внимание на использовании объектов культурного наследия в сфере туризма как средства укрепления цивилизационной идентичности российских регионов [4]. Закунов Ю. А. обращает внимание на современные процессы наследования культуры в контексте российской цивилизационной альтернативы, а Полухина А. Н. – на факторы и инструменты модернизации регионального экономического пространства [2].

Результаты исследования. Обсуждая вопросы туристской привлекательности отдельных регионов, целесообразно начать с результатов Национального туристического рейтинга, который отражает динамику развития туристической отрасли в России, включая внутренний и въездной туризм. Исследование проводится при совместном участии журнала «Отдых в России» и информационно-коммуникационного центра «Рейтинг» [7]. Основная задача рейтинга – выявить наиболее привлекательные для российских и зарубежных путешественников регионы нашей страны. Для составления рейтинга используются различные источники информации: официальная статистика, публикации в средствах массовой информации, а также мнения и комментарии экспертов федерального и регионального уровня (см. таблицу 1).

Несмотря на это, 2024 год оказался успешным для внутреннего туризма в России. В условиях закрытых границ, роста стоимости иностранной валюты и увеличения цен на зарубежные туры, россияне всё активнее отдавали предпочтение отдыху внутри страны, все условия для роста туристического потока были созданы [1; 8]. Однако Орловская область, несмотря на имеющиеся перспективы, не смогла привлечь значительное количество туристов и уступила более эконо-

мически развитым регионам. Основными причинами этого стали недостатки в развитии инфраструктуры, транспортная доступность и ряд других факторов. В современной стратегии регионального развития событийный туризм утвердился как один из наиболее эффективных инструментов для быстрого привлечения внимания, создания положительного имиджа и увеличения турпотока. Для Орловской области, обладающей богатым культурным наследием, но испытывающей дефицит в крупных, узнаваемых событиях, перспективным направлением может стать организация собственного фестиваля по аналогии с московским «Театральным бульваром» – масштабного уличного театрального праздника, локализованного на одной из центральных пешеходных артерий города (например, в рамках благоустроенной набережной р. Орлик или улицы Ленина).

Феномен масштабного театрального фестиваля, способного стать неотъемлемым элементом городской жизни, представляет значительный интерес для социокультурной урбанистики. Эталонной моделью такого события по праву считается Авиньонский фестиваль (Франция), основанный в 1947 году. Его опыт иллюстрирует процесс тотальной временной трансформации городского пространства в единую театральную площадку. Концепция тематического зонирования стала структурной основой фестиваля и представлена в таблице 1. Программа фестиваля отличалась жанровым разнообразием и была ориентирована на максимальное вовлечение аудитории. Анализ позволяет выделить несколько ключевых направлений, которые систематизированы в таблице 2.

Таблица 1 – Национальный туристический рейтинг субъектов Российской Федерации [7]

Субъект Российской Федерации	Период исследования							
	2021		2022		2023		2024	
	место в рейтинге	баллы	место в рейтинге	баллы	место в рейтинге	баллы	место в рейтинге	баллы
Москва	3	118,3	3	118,9	1	110,2	1	127,7
Московская область	2	119,8	2	119,2	2	108,3	2	120,5
Краснодарский край	1	120,3	1	121,7	3	108,1	3	120,4
Орловская область	70	36,4	70	37,9	65	40,1	68	47,9

Таблица 2 – Ключевые направления и форматы мероприятий

Направление	Основные форматы	Локация
Жанровое разнообразие	Спектакли оперы и оперетты, драма, экспериментальный театр, визуальный театр, цирк, мюзикл	Тверской, Страстной, Цветной бульвары, Пушкинская площадь
Образовательный компонент	Мастер-классы по актёрскому мастерству, пластике, ораторскому искусству, лаборатории под руководством известных режиссёров (Ю. Квятковский, С. Быстров, Ф. Левин)	Чистопрудный бульвар
Интерактивность и иммерсивность	Иммерсивные променады, «застольные» спектакли, открытые репетиции, интерактивные инсталляции	Страстной бульвар, другие локации
Диалог с сообществом	Публичные беседы и встречи с известными театральными деятелями	Покровский бульвар
Визуальная культура	Выставки театральных костюмов, макетов и эскизов	Сретенский бульвар

Важным аспектом стала «доступность»: значительная часть мероприятий была бесплатной, что подчеркивало цель демократизации культуры. Высокий спрос на события с ограниченным количеством мест свидетельствует о глубоком интересе аудитории к камерным и интерактивным форматам. Фестиваль «Театральный бульвар» утвердил себя как значимое ежегодное событие, что подтверждается не только статистикой, но и результатами открытого голосования (свыше 90% из 190 тыс. участников высказались за его повторение) и получением национальной премии «Событие года» (2025) [11]. Успешная модель фестиваля «Театральный бульвар» может быть адаптирована для региональных центров, например, города Орла. Компактный исторический центр Орла с его бульварами и скверами (например, Бульвар Победы, площадь Ленина, скверы: «Дворянское гнездо», «Сквер Н. С. Лескова», «Сквер В. В. Маяковского», «Литературный сквер») мог бы стать идеальной площадкой для подобного фестиваля, что позволило бы выделить ряд положительных моментов:

1) активировать культурную жизнь областного центра в летний период, в то время как большинство учреждений культуры находятся на выездных гастролях, либо завершили очередной театральный сезон;

2) развивать, продвигать и привлекать регион по программам внутреннего туризма, увеличивая туристический поток и конкурируя в этом с соседними регионами;

3) представить на публичное обозрение творчество местных театральных коллективов в новой, открытой среде, творческих вузов и колледжей, частных студий и кружков, например, театра «Ювента», который в 2025 году отметил 25-летие своей деятельности;

4) создать новый яркий бренд для города и региона в целом, используя его литературное и историческое наследие.

Реализация проекта фестиваля «Театральный бульвар» в Орловской области будет напрямую способствовать улучшению позиций региона по следующим критериям Национального туристического рейтинга.

1. По критерию «Развитие внутреннего туризма»: это ключевой критерий для событийных мероприятий. Резкий рост числа туристов в период проведения фестиваля, а также положительная динамика в отчетном периоде по таким показателям, как «количество обслуженных туристов» и «среднее время пребывания», будут напрямую способствовать повышению балла. Успешное мероприятие войдет в отчетность как значимое событие, что учитывается в подкритерии «Событийная активность».

2. По критерию «Туристская инфраструктура»: хотя фестиваль является временным, его проведение требует и стимулирует развитие постоянной инфраструктуры: качественной городской навигации, удобных зон отдыха, общественных туалетов, точек питания. Это улучшает общее восприятие туристской инфраструктуры региона.

3. По критерию «Продвижение туристического продукта»: информационная кампания фестиваля, охват в федеральных и региональных СМИ, активность в социальных сетях будут засчитаны как эффективная работа по продвижению туристического потенциала области [9; 10].

Следовательно, учреждение в Орловской области фестиваля «Театральный бульвар» представляет собой не капиталоемкий проект по созданию стационарного объекта, а гибкую и эффективную маркетинговую и событийную стратегию. Оно позволяет с относительно низкими инвестициями получить значительный резонанс, сформировать новый, современный пласт туристской привлекательности региона и заявить о себе на федеральном уровне. Систематическое ежегодное

проведение такого фестиваля способно обеспечить устойчивый прирост турпотока на 5–7% в летний период и стать весомым фактором для подъема Орловской области в Национальном туристическом рейтинге на 5–10 позиций, за счет улучшения конкретных количественных и качественных показателей.

Выводы. Фестиваль «Театральный бульвар» представляет собой эталонную модель для организации крупных культурных событий в городском пространстве, сочетающую высокое искусство, доступность и глубокую интеграцию в среду, чей потенциал может быть успешно реализован не только в столице, но и в регионах России. Интеграция модели «Театрального бульвара» в культурную стратегию Орловской области – это не просто культурный проект, а стратегическая инвестиция в её туристический потенциал, способная обеспечить региону уверенный подъем в общероссийских рейтингах и занять достойное место на культурной карте страны.

Источники и литература

1. Закон Орловской области от 06.05.2019 № 2336-ОЗ «О регулировании отдельных отношений в сфере туризма и туристской деятельности на территории Орловской области» // Официальное опубликование правовых актов: [сайт]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/5700201905070001> (дата обращения: 24.10.2025).

2. Закунов Ю. А. Современные процессы наследования культуры в контексте российской цивилизационной альтернативы / Ю. А. Закунов // Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва (Институт Наследия). – Москва: Институт Наследия, 2024. – 233 с.

3. Захаров А. С. Разработка концепции проведения событийного мероприятия «Фестиваль Вишни» в Бутурлинском муниципальном округе Нижегородской области / А. С. Захаров // Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова. – Нижний Новгород: б.и., 2024. – 111 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=716195> (дата обращения: 24.10.2025). – Текст: электронный.

4. Использование объектов культурного наследия в сфере туризма как средства укрепления цивилизационной идентичности российских регионов / Ю. С. Путрик, А. П. Соловьев, Е. В. Тюрина, З. Т. Абдурахманова; под ред. Ю. С. Путрика // Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва (Институт Наследия). – Москва: Институт Наследия, 2024. – 309 с.

5. Киреева Ю. А. Виды туризма: учебное пособие: [16+] / Ю. А. Киреева. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 324 с.

6. Левочкина Н. А. Ресурсы регионального туризма: структура, виды и особенности управления / Н. А. Левочкина. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 193 с.

7. Национальный туристический рейтинг (Итоги 2024 года) // Журнал «Отдых в России»: [сайт]. – URL: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-itogi-2024-goda> (дата обращения: 24.10.2025).

8. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 24.10.2025).

9. Полухина А. Н. Факторы и инструменты модернизации регионального экономического пространства (на примере Приволжского федерального округа) / А. Н. Полухина, В. В. Лежнин // Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 164 с.

10. Польшинский А. С. Культурный туризм в современном мире: учебное пособие / А. С. Польшинский. – Омск: ОмГТУ, 2020. – 155 с.

11. Фестиваль «Театральный бульвар» вошел в число победителей национальной премии «Событие года» // mos.ru: [сайт]. – URL: <https://www.mos.ru/news/item/152084073/> (дата обращения: 24.10.2025).

Цифровая грамотность как новая библиотечная услуга: от обучения навыкам до формирования критического мышления

*Д. В. Каширина,
магистрант 3 курса направления подготовки
«Библиотечно-информационная деятельность»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

*А. В. Норманская – научный руководитель,
кандидат культурологии, доцент, заведующая кафедрой
философии, культурологии и межкультурных коммуникаций
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье рассмотрены вопросы предоставления новой библиотечной услуги пользователям: обучение цифровой грамотности и формирование критического мышления, как результата освоения медиаресурсов. Приведены примеры организации такой работы в библиотеках и методы обучения цифровой грамотности, применение описанных методов позволит повысить цифровую грамотность пользователей, что будет способствовать формированию критического мышления.

Ключевые слова: цифровая грамотность, цифровые компетенции, критическое мышление, онлайн-проекты, онлайн-технологии.

Введение. Информационное общество в его трансформации в общество знаний требует от современного человека пожизненного обучения, для быстрой адаптации к динамическим условиям окружающей реальности. В указанных условиях особое значение приобретает цифровая грамотность, которая в контексте цифровых трансформаций современности предполагает постоянное совершенствование цифровых компетентностей, превращая библиотеки в своеобразные центры цифровой коммуникации.

Цель статьи – рассмотреть аспекты повышения цифровой грамотности пользователей и формирование их критического мышления как новую библиотечную услугу.

Результаты исследования. Термин «информационная грамотность» в прошлом прошел через множество этапов, таких как ИКТ-

грамотность, технологическая грамотность, информационная грамотность, грамотность в сети Интернет, навыки владения новыми медиа и тому подобное. В общем, понятие информационной грамотности предполагает использование цифровых компетенций, в более узком контексте – как эффективное использование информационно-коммуникационных технологий, предусматривающее использование разнообразных технических, когнитивных и социологических навыков для выполнения задач и решения проблем в цифровой среде.

Цифровые компетенции включают в себя навыки использования, доступа, фильтрации, оценки, создания, программирования и обмена цифровым контентом – другими словами, это набор конкретных навыков и компетенций, необходимых для поиска и обработки информации в компьютеризированной форме. В более широком контексте цифровые компетенции – это комплексная концепция, которая включает информационную грамотность, коммуникацию и сотрудничество, медиаграмотность, создание онлайн-контента, онлайн-безопасность, а также применение критического мышления и инноваций с онлайн-инструментами и технологиями.

В условиях активного развития информационных технологий именно библиотеки предстают как архетипическое хранилище знаний, а библиотекарей в таком смысле можно было бы назвать менеджерами знаний, ведь они систематически управляют информацией, имеющейся в библиотеке, чтобы нужная информация была доступна по требованию соискателей знаний в нужный момент, что экономит время читателям и повышает эффективность работы библиотеки. В этом отношении библиотеки являются отличными примерами организаций знаний [1, с. 20]. В последние годы именно вопросам цифровой грамотности уделяется значительное внимание научных работников и практиков различных отраслей. Цифровое образование – часть образовательного процесса, направленное на формирование в обществе медиакультуры, подготовку личности к безопасному и эффективному взаимодействию с системой масс-медиа [3, с. 56]. Результатом цифрового образования должно быть повышение уровня цифровой грамотности, которая заключается в совокупности мотивов, знаний, умений и возможностей, способствующих подбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов различных форм, жанров, а также анализу сложных процессов функционирования медиа в обществе.

Библиотеки способствуют формированию цифровой грамотности, распространяя информационные и сетевые знания, навыки и умения,

поскольку библиотеками наработана методическая база по этому направлению деятельности. Кроме того, библиотеки могут приобщаться к медиа-образованию, которое на протяжении последних 5 лет начало системно развиваться в России. Скажем, традиционные библиотечные уроки, ориентированные на получение читателями навыков работы с книгой, текстом, модернизированные с использованием информационно-коммуникационных технологий, вполне могут быть библиотечным средством формирования критического мышления, на развитие которого направлена критическая модель медиа-образования. Поддерживая интернет-образование, библиотеки, с использованием сервисов видеохостинга, имеют возможность предоставлять доступ к видеоколлекциям мастер-классов, тренингов, вебинаров и тому подобное.

Примеры представления библиотечного учебного видео есть, например: мастер-класс «Правила организации и ведения рабочей e-почты» (Белгородская ЦБ), короткое обучающее видео в помощь овладению навыками этического и безопасного поведения в Интернете (Кировская ЦБС), однако подобных ресурсов пока крайне мало. 11 августа в Центральной городской библиотеке им. А. С. Грина (Феодосия) в рамках «Школы цифровой грамотности» прошло занятие для людей старшего возраста. Для каждого участника было подготовлено отдельное рабочее место. Им рассказали о том, как пользоваться популярными браузерами, искать информацию в интернете и записаться к врачу на прием онлайн. Отметим, что в Центральной городской библиотеке им. А. С. Грина (Феодосия) начали развивать цифровую грамотность населения. В частности, в июне был открыт Центр доступа к цифровым возможностям, где пользователи могут получить информацию обо всех городских услугах, научиться пользоваться электронными сервисами.

Исследование виртуальных библиотечных проектов, реализуемых на сегодня с использованием технологий Веб 2.0 свидетельствует, что сейчас библиотекари не используют в полной мере всех тех возможностей, которые предлагают современные коммуникационные средства в Интернете. Однако, начатые библиотечные веб-инициативы, при условии целенаправленной политики развития, имеют возможность стать качественными составляющими библиотечного виртуального пространства, в частности, и как среды для образования и самообразования пользователей [2, с. 173].

Развитие критического мышления пользователей в цифровой образовательной среде – одно из приоритетных направлений современной библиотеки, поскольку оно способствует повышению их когнитивной автономии, мотивации к обучению и качества образовательных резуль-

татов. Использование интерактивных методов, цифровых платформ и адаптивных систем обучения цифровой грамотности открывает новые возможности для индивидуализации образовательного процесса, оперативного реагирования на образовательные запросы пользователей и повышение их познавательной активности. Эффективность таких подходов в значительной степени зависит от правильного сочетания педагогических, технологических и организационных компонентов, а также от учета особенностей цифровой среды. Изучение эффективности информационно-коммуникационных технологий, интерактивных методов обучения, адаптивных образовательных систем и цифровых платформ позволяет определить их влияние на развитие аналитических, синтетических и оценочных навыков пользователей.

Интерактивные технологии, в частности проектная деятельность, групповые упражнения и симуляционные задания, стимулируют мышление, способствуют формированию умения сравнивать, систематизировать и критически оценивать информацию. Использование цифровых образовательных платформ создает возможности для интеграции различных источников информации, оперативного контроля прогресса и формирования способности пользователей самостоятельно анализировать и обобщать данные. Развитие коммуникативной компетентности и когнитивной самостоятельности пользователей в цифровой образовательной среде библиотеки – это важный аспект формирования их критического мышления.

Проектная деятельность обеспечивает структурированное выполнение задач, требующих анализа информации, ее синтеза и аргументированного принятия решений. В процессе реализации проектов пользователи выполняют конкретные практические задачи, распределяют роли, определяют цели и промежуточные результаты, что стимулирует развитие организационных навыков, ответственности и способности к самостоятельному мышлению [4, с. 69].

Онлайн-технологии расширяют возможности для коллективной деятельности, позволяя пользователям взаимодействовать в режиме реального времени независимо от физического пространства. Цифровые платформы способствуют организации совместных дискуссий, обмену мнениями и совместному решению учебных задач. Взаимодействие в группе стимулирует развитие навыков активного слушания, аргументированного выражения собственной позиции и принятия альтернативных точек зрения.

Результатом исследования является вывод о том, что важной составляющей образовательной деятельности является формирование

цифровой грамотности пользователей, в процессе которого они приобретают навыки критического оценивания информации, распознавания манипуляций и проверки достоверности источников. Использование цифровых ресурсов для анализа и обработки информации позволяет самостоятельно структурировать знания, делать обоснованные выводы и планировать дальнейшие действия в образовательном процессе, что развивает критическое мышление.

Выводы. Цифровая грамотность способствует развитию когнитивной автономии, поскольку пользователи учатся принимать решения, основываясь на логическом анализе и достоверных данных, а не на интуитивных предположениях или внешних советах. Интеграция проектной деятельности, онлайн-технологий и практик цифровой грамотности обеспечивает комплексный подход к развитию критического мышления.

Процесс реализации указанных методов требует четкого планирования и систематического контроля достигнутых результатов. Важно определять ожидаемые компетентности, устанавливать критерии оценки и последовательность выполнения заданий. Это позволит организовать образовательную деятельность по повышению цифровой грамотности пользователей таким образом, чтобы каждый участник имел возможность проявить свои индивидуальные способности, одновременно выполняя совместные задания.

Источники и литература

1. Акилина М. И. Образовательная функция библиотеки в период цифровизации / М. И. Акилина – Москва: Пашков дом, 2020. – С. 20–25.
2. Гендина Н. И. Медийно-информационная грамотность и информационная культура библиотечно-информационных специалистов в условиях цифровой среды: учебное пособие / Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, Л. Н. Рябцева; под редакцией Н. И. Гендиной. – Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. – 512 с.
3. Мальцева А. И. Информационная грамотность в эпоху цифровизации / А. Н. Мальцева // Вопросы образования. – 2022. – № 5. – С. 56–61.
4. Михнова И. Б. Цифровая грамотность: как соединить потребности населения и возможности библиотек / И. Б. Михнова, М. А. Хохлова // Университетская книга. – 2021. – № 10. – С. 68–74.

Сущность и значение современных имидж-технологий в туристской индустрии

М. С. Коваль,

*магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В. В. Верна — научный руководитель,

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье рассматривается понятие имиджа туристской территории и современные технологии его формирования. Определена роль имидж-технологий как инструмента повышения конкурентоспособности туристских дестинаций в условиях глобализации и цифровизации. Проведён анализ ключевых тенденций применения имиджевых стратегий в международной и отечественной практике. На основе сравнительного анализа выявлены наиболее эффективные подходы к формированию положительного туристского имиджа.

Ключевые слова: *имидж, туристская индустрия, бренд территории, PR-технологии, коммуникация, репутационный капитал, дестинация.*

Введение. Современная туристская индустрия представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся сфер мировой экономики. При растущей конкуренции между странами и регионами за внимание туристов важное значение приобретает имидж территории – совокупность устойчивых представлений и ассоциаций, формирующихся у потенциальных посетителей [3]. Имидж выступает не только как элемент маркетинга, но и как социально-культурный феномен, определяющий привлекательность дестинации на уровне эмоций и восприятия [1; 2]. В этом контексте имидж-технологии становятся важнейшим инструментом стратегического управления туристским продуктом и продвижением региона.

Результаты исследования. Понятие «имидж» в широком смысле трактуется как «целенаправленно формируемый образ объекта в общественном сознании» [4; 6]. В сфере туризма он определяется как совокупность представлений о регионе, его природных, культурных, исторических и социальных характеристиках. Имидж территории

складывается из когнитивного, аффективного и поведенческого компонентов, определяющих туристское поведение и влияющих на выбор направления.

Современная концепция устойчивого туризма предполагает гармоничное сочетание экономических, социальных и экологических целей. Имидж региона в этом контексте становится не просто элементом маркетинга, а инструментом продвижения ценностей устойчивости и ответственного отношения к окружающей среде.

С развитием цифровых коммуникаций акцент в продвижении туристских продуктов сместился от традиционных СМИ к цифровым каналам – социальным сетям, блогам, платформам для обмена контентом. Современные имидж-технологии базируются на использовании SMM, интерактивных кампаний, инфлюенсер-маркетинга [5]. Успешные примеры – Казань, Сочи, Санкт-Петербург. Также важную роль играют event-маркетинг и применение AR/VR-технологий [3].

Проведено мини-исследование среди студентов туристского направления (n = 50). Цель – определить источники, влияющие на восприятие имиджа туристских территорий. Результаты показали, что 56% респондентов получают представление из социальных сетей, 22% – от знакомых, 12% – из СМИ, 6% – с официальных сайтов и 4% из печатной рекламы. 68% отметили, что визуальный контент оказывает наибольшее влияние на желание посетить место.

На вопрос «Что больше всего влияет на желание посетить новое место?» студенты ответили следующим образом:

- визуальные образы (фотографии, видео) – 68 %;
- отзывы туристов – 20 %;
- тематические мероприятия – 8 %;
- личный опыт знакомых – 4 %.

Таким образом, именно визуальная составляющая становится определяющим фактором формирования имиджа территории. Это подтверждает тенденцию, согласно которой эмоциональные и эстетические характеристики оказывают большее воздействие на аудиторию, чем информационные данные.

Анализ контента популярных туристских сообществ показал, что наиболее успешными являются публикации, вызывающие эмоциональный отклик – с элементами сторителлинга, личных историй и визуальной гармонии.

Имидж туристской дестинации формируется не только средствами массовой информации, но и через систему взаимодействия туриста с территорией.

Так, современные регионы активно используют:

- бренд-маскоты и персонажи (например, «Сочи-Буревестник», «Тюменская матрёшка»);
- событийные фестивали (Фестиваль воздушных шаров в Татарстане, «Зима в Подмоскovie»);
- визуальную айдентику и слоганы (Калининград – «Западное вдохновение», Камчатка – «Земля вулканов»).

Несмотря на активное развитие цифровых платформ, в России сохраняются определённые проблемы в реализации имидж-технологий в туризме:

- отсутствие единых стратегий брендинга регионов;
- недостаточная визуальная консистентность между федеральным и региональным контентом;
- слабая интеграция между органами власти, бизнесом и образовательными организациями;
- ограниченная подготовка специалистов по PR и цифровым коммуникациям в туризме.

В то же время перспективы развития включают:

- внедрение технологий нейромаркетинга (изучение эмоций туристов);
- создание виртуальных карт впечатлений и иммерсивных туров;
- использование геймификации и AR-эффектов в продвижении культурных маршрутов;
- развитие партнёрских программ с блогерами и медиаперсонами.

Эти направления соответствуют задачам национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и позволяют формировать современный, динамичный образ России как страны путешествий и открытий.

Имидж территории невозможно формировать только силами частного бизнеса. Значительную роль играет государственная поддержка и межведомственная координация.

В России реализация имиджевой политики ведётся в рамках федеральных проектов:

- «Туризм и индустрия гостеприимства» (национальный проект «Малое и среднее предпринимательство»);
- программа «Развитие внутреннего и въездного туризма»;
- инициатива «Бренды регионов России».

Кроме того, активную позицию занимают туристско-информационные центры (ТИЦ), молодёжные клубы РГО, региональные ассоциации гидов.

Они не только продвигают региональные маршруты, но и формируют доверие к бренду региона через просветительские и культурные мероприятия.

Положительным примером является деятельность Центра развития туризма Республики Татарстан, который стал модельной площадкой по применению PR- и имидж-технологий в коммуникации между властью, туроператорами и населением.

Современные имидж-технологии в туризме не ограничиваются рекламой – они становятся частью культурной коммуникации между территорией и путешественником. Главными тенденциями являются персонализация контента, визуализация, участие пользователей в создании имиджа и интеграция локальных брендов в глобальные платформы. Имидж туристской территории – это не только маркетинговый инструмент, но и социально-психологический феномен, отражающий идентичность региона и формирующий его конкурентоспособность.

Выводы. Имидж-технологии становятся ключевым фактором устойчивого развития туризма. Они позволяют регионам не просто привлекать туристов, но и создавать эмоциональную связь между местом и человеком. Современная практика показывает, что успешные дестинации – это не только те, что обладают ресурсами, но и те, кто умеет рассказывать свои истории красиво и убедительно.

Источники и литература

1. Верна В. В. Особенности формирования имиджа санаторно-курортных организаций в Республике Крым / В. В. Верна, А. Г. Таранец // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VI Международной научно-практической конференции (п. Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13–14 мая 2021 года). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2021. – С. 333–336.
2. Гончаров В. П. Современные тенденции формирования туристского имиджа региона / В. П. Гончаров. – Москва: Российский университет транспорта, 2021. – 178 с.
3. Иванченко А. Н. Виртуальный туризм и технологии дополненной реальности / А. Н. Иванченко // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – № 3. – С. 14–19.
4. Кузнецова Л. А. Имидж региона как фактор развития туризма / Л. А. Кузнецова. – Санкт-Петербург, 2019. – 256 с.
5. Сидорова Н. В. SMM и продвижение туристских брендов / Н. В. Сидорова. – Казань: Казанский федеральный университет, 2020. – 152 с.
6. Федотова И. В. PR-технологии в туризме / И. В. Федотова. – Москва: Финансы и статистика, 2018. – 214 с.

Брендинг в туризме как средство продвижения территории

В. С. Козлов,

*магистрант 1 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

*М. Е. Чеглазова – научный руководитель,
кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В условиях, когда туристический рынок борется за внимание туристов, их эмоции и лояльность территориальный брендинг становятся стратегическим инструментом управления репутацией, формированием идентичности и стимулирования социально-экономического развития. В данной статье рассматривается потенциал брендинга как механизма повышения туристической привлекательности, укрепления узнаваемости и расширения аудитории через создание целостного, аутентичного и эмоционально насыщенного образа территории.

***Ключевые слова:** брендинг, территориальный брендинг, туристический имидж, продвижение территории, уникальное торговое предложение (УТП).*

Введение. Туризм сегодня – это не только отрасль экономики, но и мощный инструмент формирования имиджа региона, его культурной самобытности и конкурентоспособности. На фоне насыщения рынка стандартными предложениями (пляжный отдых, экскурсии, отели) решающее значение приобретает способность территории предложить путешественнику не просто услугу, а уникальный опыт, упакованный в запоминающийся и достоверный образ. Именно эту функцию выполняет туристический бренд.

Целью настоящей работы является анализ брендинга как стратегического ресурса продвижения территорий, выявление ключевых этапов его реализации и факторов, обеспечивающих устойчивость в долгосрочной перспективе. Особое внимание уделено практикам российских регионов и их применимости к специфике Республики Крым.

Результаты исследования. *Типология и структура туристического брендинга.* Современный подход к территориальному

брендингу выделяет несколько ключевых направлений, отражающих масштаб и фокус продвижения:

1) национальный брендинг – формирование имиджа страны как туристического направления (например, кампания «Visit Russia»);

2) региональный и городской брендинг – создание образа субъекта РФ или населённого пункта. Так, Санкт-Петербург позиционируется как «Культурная столица России», что подчёркивает его историко-художественное наследие;

3) тематический брендинг – акцент на одном типе туризма: «Золотое кольцо России» – пример культурно-исторического маршрута с чёткой идентичностью;

4) событийный брендинг – использование масштабных мероприятий для привлечения внимания. Чемпионат мира по футболу 2018 года стал важным импульсом для переосмысления образа России за рубежом;

5) цифровой брендинг – формирование имиджа через онлайн-платформы, социальные сети и цифровые нарративы, особенно востребованные среди молодёжи.

Согласно С. Анхольту, территориальный брендинг – это не реклама, а управление репутацией места [5]. Это означает, что успех бренда зависит не от красоты слогана, а от соответствия между обещанием и реальностью.

Этапы создания туристического бренда: от концепции к практике. Эффективный брендинг – это не разовая акция, а многоэтапный процесс, включающий:

1) диагностику территории – анализ ресурсов, слабых сторон, конкурентного окружения и восприятия у аудитории. Например, в Татарстане до запуска бренда «Татарстан – душа России» проводились масштабные опросы туристов;

2) формирование уникального торгового предложения (УТП) – определение того, что делает регион неповторимым. Калининградская область использует географическую и архитектурную специфику, позиционируя себя как «Европу в России»;

3) разработку вербально-визуальной идентичности – создание слогана, логотипа, тональности коммуникации. Слоган Алтайского края «Здоровье природы» органично отражает его экологический капитал;

4) комплексное продвижение – через цифровые каналы, участие в выставках, сотрудничество с блогерами. Кампания «Discover Siberia» активно использует социальные сети для охвата молодёжи;

5) инфраструктурное сопровождение – модернизация транспорта, сервиса, навигации. После ЧМ-2018 в Сочи были обновлены не только стадионы, но и туристические маршруты;

б) оценка эффективности – мониторинг турпотока, узнаваемости, уровня удовлетворённости. В Башкортостане ежегодно проводится анализ бренда «Башкортостан – сердце Евразии».

Важно подчеркнуть: рост туристической активности может быть обусловлен не только брендингом, но и сопутствующими факторами – улучшением логистики, макроэкономической стабильностью, геополитической ситуацией. Поэтому объективная оценка требует комплексного подхода.

Эффективность брендинга: российские кейсы. Республика Татарстан демонстрирует, как интеграция культурной политики, событийного маркетинга и гастрономии формирует устойчивый образ. Бренд «Татарстан – душа России», запущенный в 2010-х, опирается:

- на восстановление Казанского Кремля и Райфского монастыря;
- проведение Универсиады-2013 и Кубка конфедераций FIFA 2017;
- продвижение национальной кухни как туристического продукта.

По данным Ростуризма, в 2023 году регион посетили более 4,2 млн туристов (+18% по отношению к 2022 г.), а в 2024 году вошёл в топ-3 самых посещаемых субъектов РФ [3].

Калужская область, в свою очередь, делает ставку на экономическое позиционирование. Бренд «Российский автомобильный кластер» отражает реальную специализацию региона, где расположены заводы Volkswagen, BMW и других автопроизводителей. По итогам 2023 года область девятый год подряд возглавляла Национальный рейтинг инвестиционного климата (АСИ) [1].

Согласно исследованию РИА Рейтинг (2023), регионы с чётко сформулированным брендом демонстрируют на 30–40% более высокие темпы роста туристического потока и на 15–25% больше инвестиций по сравнению с аналогичными территориями без бренда. Кроме того, отмечается рост локальной идентичности и снижение молодёжного оттока [2].

Применимость опыта к Республике Крым. Республика Крым обладает уникальным природно-культурным потенциалом: горно-морской ландшафт, древние поселения (Херсонес, Бахчисарай), многонациональная культура, винодельческие традиции. Однако его имидж остаётся фрагментарным и часто сводится к пляжному отдыху.

Анализ успешных кейсов позволяет предложить для Крыма стратегию, основанную:

- на аутентичных ресурсах (не «придуманном» образе, а реально существующих ценностях);
- тематической дифференциации (гастрономический, историко-археологический, винный, экотуризм);

- вовлечении местного сообщества как носителя идентичности;
- цифровом продвижении через сторителлинг и визуальный контент.

Особое внимание следует уделить созданию «дат-магнитов» – ежегодных событий, связанных с ключевыми объектами (например, День Херсонеса, Фестиваль крымских вин), что, по мнению экспертов, даёт «быстрые победы» в рамках долгосрочной стратегии [4].

Выводы. Территориальный брендинг в туризме – это не инструмент имиджевой косметики, а стратегия устойчивого развития, объединяющая экономику, культуру и социальную сферу. Успешные примеры Татарстана, Калужской и Калининградской областей подтверждают: бренд работает тогда, когда он аутентичен, системен и подкреплён действиями.

Для повышения эффективности брендинга в туристических регионах рекомендуется: 1) обеспечивать долгосрочную согласованность между имиджем и реальными изменениями на местах; 2) вовлекать местное население в создание и продвижение бренда; 3) использовать цифровые платформы для таргетированного поведения; 4) регулярно оценивать эффективность с помощью количественных и качественных индикаторов.

В контексте Республики Крым это означает переход от массового пляжного имиджа к многомерной, культурно насыщенной и эмоционально вовлекающей стратегии, способной конкурировать на российском и международном туристическом рынке.

Источники и литература

1. Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, 2023 // Агентство стратегических инициатив: [сайт]. – Москва, 2023. – URL: <https://asi.ru/ik> (дата обращения: 15.11.2025).

2. Бренды регионов России: экономика и туризм: аналитический отчёт // РИА Рейтинг: [сайт]. – Москва, 2023. – URL: <https://ria.ru> (дата обращения: 15.11.2025).

3. Отчёт о внутреннем туризме в Российской Федерации за 2023 год // Ростуризм: [сайт]. – Москва, 2024. – URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 15.11.2025).

4. Усубалиев А. Брендинг территорий в России: проблемы и перспективы // Институт территориального развития. – 2025. – URL: <https://usubaliev-institute.org/2025/01/15/брендинг-территорий-в-россии-тенденции/> (дата обращения: 15.11.2025).

5. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. – 256 p.

Совершенствование деятельности туристско-информационных центров в Российской Федерации

М. А. Мингазиев,

*магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В. В. Верна – научный руководитель,

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

Туристско-информационные центры (ТИЦ) являются важнейшим звеном в системе туристической инфраструктуры, обеспечивая не только информационную поддержку путешественников, но и формируя первое впечатление о регионе, его культуре и уровне гостеприимства. В условиях активного развития внутреннего туризма и реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» возрастает необходимость модернизации деятельности ТИЦ с учётом современных вызовов – цифровизации, роста требований туристов, глобальных трендов устойчивого и экспериментального туризма.

Ключевые слова: *туристско-информационный центр, внутренний туризм, цифровизация, туристическая инфраструктура, национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», гостеприимство, качество обслуживания.*

Введение. Современный этап развития туристской отрасли в Российской Федерации характеризуется переходом к целенаправленной политике стимулирования внутреннего и въездного туризма как одного из стратегических факторов социально-экономического роста регионов. В условиях геополитической и экономической трансформации, а также усиления интереса граждан к путешествиям по родной стране, государство активно инвестирует в создание современной туристической инфраструктуры, продвижение региональных брендов и формирование комфортной среды для путешественников. Одним из ключевых элементов этой инфраструктуры выступают туристско-информационные центры (ТИЦ), которые призваны не только обеспечивать туристов актуальной и достоверной информацией, но и фор-

мировать первое, зачастую определяющее, впечатление о регионе, его культуре, уровне сервиса и гостеприимства [3, с. 13].

Несмотря на декларируемую важность ТИЦ в нормативных и стратегических документах – от Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [8] до Стратегии развития туризма до 2035 года» [5] и национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [6], – на практике их деятельность зачастую остаётся недооценённой и недостаточно интегрированной в общую систему управления туристическими потоками. Многие центры продолжают работать по устаревшим моделям, ориентированным на пассивное распространение бумажных буклетов и устные консультации, что не соответствует ожиданиям современных путешественников, привыкших к мгновенному доступу к персонализированной информации, цифровым сервисам и комплексным туристическим решениям. В то же время международный опыт показывает, что эффективно работающие ТИЦ способны не только повысить удовлетворённость туристов, но и увеличить продолжительность их пребывания в регионе, стимулировать дополнительные расходы и укрепить лояльность к туристическому бренду [4, с. 162].

Актуальность темы обусловлена также глубокими изменениями в поведении туристов, вызванными цифровизацией, ростом популярности внутреннего туризма, а также повышенными требованиями к качеству сервиса и безопасности [1, с. 28]. В этих условиях ТИЦ должны трансформироваться из простых информационных пунктов в многофункциональные центры гостеприимства, культуры и цифрового взаимодействия, способные адаптироваться к динамично меняющейся среде и предлагать туристам не просто данные, а ценный опыт. Однако для реализации такой трансформации необходима не только техническая и финансовая поддержка, но и переосмысление самой роли ТИЦ в экосистеме туризма – как точки пересечения интересов власти, бизнеса и общества, как инструмента территориального маркетинга и как живого пространства диалога между регионом и его гостями.

Результаты исследования. Сегодня в Российской Федерации насчитывается более 1200 туристско-информационных центров, расположенных в субъектах федерации, на курортах, в исторических городах и природных парках» [7]. Однако их деятельность характеризуется значительной неоднородностью: если в крупных туристических центрах, таких как Казань, Сочи или Калининград, ТИЦ оснащены интерактивными стендами, мультимедийными зонами и предлагают широкий спектр услуг, включая бронирование экскурсий и продажу сувенирной продукции, то в малых городах и сельских территориях

центры зачастую представляют собой небольшие помещения с ограниченным графиком работы и минимальным набором ресурсов. Такая фрагментарность не только снижает общую эффективность сети ТИЦ, но и создаёт неравные условия для туристов в зависимости от региона их пребывания.

Одной из системных проблем является отсутствие единых стандартов функционирования. Хотя Ростуризм разработал методические рекомендации по созданию и работе туристско-информационных центров, они носят рекомендательный характер и не обеспечивают обязательный уровень качества. В результате качество предоставляемой информации, уровень сервиса, внешний вид центров и квалификация сотрудников могут существенно различаться даже в пределах одного региона. Особенно остро эта проблема проявляется в межсезонье, когда финансирование туристско-информационных центров сокращается, а персонал увольняется или переходит на неполный рабочий день.

Кроме того, многие ТИЦ слабо интегрированы в общую туристическую экосистему региона. Они редко взаимодействуют с местными туроператорами, музеями, гостиницами и гидами на постоянной основе, что ограничивает их возможности по предложению комплексных туристических продуктов. Вместо того чтобы выступать в качестве точки сбора и координации туристических услуг, ТИЦ часто остаются изолированными элементами инфраструктуры, не вносящими существенного вклада в развитие туристического кластера.

Цифровизация как ключевой вектор модернизации. Одним из наиболее перспективных направлений совершенствования деятельности ТИЦ является их цифровая трансформация» [2]. Современные технологии открывают широкие возможности для повышения доступности, персонализации и оперативности предоставляемых услуг. Уже сегодня в ряде регионов внедряются интерактивные карты с возможностью построения маршрутов в режиме реального времени, QR-коды, ведущие к аудиогидам и виртуальным экскурсиям, а также мобильные приложения, интегрированные с системами бронирования и оплаты. Однако такие решения пока остаются скорее исключением, чем правилом.

Цифровизация ТИЦ должна рассматриваться не как простая замена бумажных буклетов электронными версиями, а как глубокая трансформация всей модели взаимодействия с туристами. Это предполагает создание единой цифровой платформы, объединяющей информацию о событиях, достопримечательностях, транспорте, погоде, безопасности и других аспектах туристического опыта. Такая платформа может быть доступна как онлайн, так и офлайн через терминалы в самом центре,

что обеспечивает непрерывность обслуживания. Важно также, чтобы ТИЦ стали точками сбора и анализа данных о поведении туристов – это позволит регионам принимать более обоснованные управленческие решения и адаптировать туристические предложения под реальные запросы аудитории.

Роль персонала и культуры обслуживания. Несмотря на развитие технологий, человеческий фактор остаётся определяющим в работе ТИЦ. Именно сотрудники формируют первое впечатление о регионе, отвечают на нестандартные запросы, помогают в нестандартных ситуациях и создают атмосферу гостеприимства. Однако в условиях дефицита кадров в сфере туризма и низкой привлекательности профессии консультанта ТИЦ многие центры испытывают трудности с подбором квалифицированного персонала» [4; 5; 6]. Наиболее остро стоит проблема владения иностранными языками – в условиях роста интереса к России со стороны стран Азии и Ближнего Востока знание английского, китайского или арабского языков становится всё более востребованным.

Повышение квалификации сотрудников ТИЦ должно стать системной задачей как для региональных властей, так и для профессионального сообщества. Необходимы регулярные обучающие программы, охватывающие не только туристическую географию и историю региона, но и навыки межкультурной коммуникации, основы цифровой грамотности, психологию обслуживания и даже базовые навыки оказания первой помощи. Важно также развивать корпоративную культуру гостеприимства, при которой каждый сотрудник ТИЦ воспринимает себя не просто как информатора, а как представителя региона.

Интеграция в национальную туристическую политику. Совершенствование деятельности ТИЦ невозможно без их включения в более широкий контекст государственной туристической политики. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» предусматривает создание современной туристической инфраструктуры, в том числе развитие сети ТИЦ как элементов «точек роста» в регионах. Однако для достижения реального эффекта требуется не только выделение средств, но и выработка чёткой стратегии их использования. Это включает в себя стандартизацию требований к ТИЦ, создание системы мониторинга и оценки их эффективности, а также стимулирование государственно-частного партнёрства.

Особое внимание следует уделить ТИЦ в малых городах и сельской местности, где они могут стать катализаторами развития локального туризма и поддержки малого бизнеса. В таких центрах можно объединить функции сувенирной лавки, кофейни, выставочного про-

странства и даже коворкинга для цифровых кочевников, что повысит их посещаемость и экономическую устойчивость. Подобные модели уже успешно реализуются в ряде регионов – например, в Алтайском крае и Республике Карелии, где ТИЦ становятся центрами притяжения не только для туристов, но и для местных жителей.

Выводы. Туристско-информационные центры в Российской Федерации обладают огромным потенциалом для превращения в ключевые точки туристического сервиса, культурного просвещения и цифрового взаимодействия. Однако для реализации этого потенциала необходим системный подход, сочетающий государственную поддержку, внедрение инновационных технологий, повышение квалификации персонала и активное вовлечение местных сообществ. Современный ТИЦ должен быть не просто местом, где можно взять карту города, а живым, динамичным пространством, отражающим дух региона и способным предложить туристу уникальный, персонализированный и запоминающийся опыт. Только в этом случае ТИЦ смогут в полной мере выполнить свою миссию – стать лицом региона и связующим звеном между путешественником и местом, которое он открывает для себя.

Источники и литература

1. Верна В. В. Инновационные кадровые технологии в практике управления персоналом современных предприятий / В. В. Верна // Известия Международной академии аграрного образования. – 2016. – № 28. – С. 27–31.

2. Гунько А. Н. Цифровая трансформация туристической индустрии: вызовы и возможности / А. Н. Гунько // Вестник сервиса. – 2023. – № 2. – С. 45–52.

3. Ибрагимов Э. Э. Эффективность управления персоналом предприятий туристической отрасли / Э. Э. Ибрагимов, В. В. Верна // Экономика и управление: теория и практика. – 2021. – Т. 7, № 2. – С. 13–20.

4. Макарова А. А. Развитие профессиональных компетенций персонала в туристической отрасли / А. А. Макарова, В. В. Верна // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VI Международной научно-практической конференции (п. Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13–14 мая 2021 года). – Симферополь: ИТ «Ариал», 2021. – С. 161–164.

5. Об утверждении Стратегии развития туризма РФ на период до 2035 г.: Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/documents/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/> (дата обращения: 25.10.2025).

6. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» // Минэкономразвития РФ: [сайт]. – URL: <https://www.economy.gov>

ru/material/file/a81991a24c1e7e7b4c1b0f70e81f1467/NP_Turizm_i_industriya_gostepriimstva.pdf (дата обращения: 25.10.2025).

7. Петрова Е. В. Роль туристско-информационных центров в развитии внутреннего туризма / Е. В. Петрова // Туризм: теория и практика. – 2024. – № 1. – С. 33–41.

8. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) // СПС КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 28.10.2025).

Туристский кластер как инструмент пространственного развития в сельском туризме

*Е. А. Мухина,
магистрант I курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

*В. В. Верна – научный руководитель,
кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье рассматривается туристский кластер как ключевой инструмент пространственного развития в сфере сельского туризма. Анализируются механизмы его формирования и влияние на экономическую активность сельских территорий. Предлагаются подходы к оптимизации кластерного взаимодействия для устойчивого роста и повышения конкурентоспособности аграрного сектора.

Ключевые слова: *сельский туризм, туристский кластер, пространственное развитие, сельские территории, кластерный подход.*

Введение. В контексте современной геополитической ситуации, а также опыта недавних глобальных кризисов, таких как пандемия COVID-19, Российская Федерация активно фокусируется на разви-

тии внутреннего туризма и укреплении других внутренних секторов экономики.

Сельский туризм, обладая значительным потенциалом, способен стать одной из ключевых точек роста, стимулируя мультипликативный эффект и способствуя диверсификации сельских территорий [2; 6]. Создание туристских кластеров представляется эффективным инструментом для реализации этого потенциала, позволяя объединить разрозненные ресурсы и сформировать устойчивую экосистему, способствующую как экономическому процветанию, так и сохранению уникального природного и культурного наследия страны.

Результаты исследования. Развитие сельского туризма сегодня является одним из наиболее перспективных направлений, способных обеспечить комплексное пространственное развитие сельских территорий. Традиционно сельские районы сталкиваются с рядом проблем, включая отток населения, недостаток рабочих мест, низкий уровень жизни и ограниченные возможности для самореализации. В этих условиях сельский туризм, подкрепленный грамотным кластерным подходом, может стать драйвером положительных изменений.

Туристский кластер представляет собой совокупность предприятий, организаций и институтов, объединенных географической близостью и взаимозависимостью, ориентированных на предоставление комплексных туристских услуг и продуктов. Кластерный подход основан на идее кооперации и конкуренции между участниками, где общие цели способствуют росту каждого отдельного элемента системы. В сфере туризма это означает, что участники кластера (например, средства размещения, производители местной продукции, объекты культурного наследия, транспортные компании, органы власти) совместно работают над созданием уникального туристского продукта и повышением привлекательности территории [1, с. 43]. Важной особенностью кластерного подхода является его направленность на создание синергетического эффекта, когда суммарный результат деятельности участников кластера превышает простую сумму их индивидуальных усилий. Это достигается за счет обмена знаниями, оптимизации логистики, совместного продвижения, снижения издержек и развития инноваций.

Сельский туризм обладает уникальными характеристиками, делающими его идеальным кандидатом для кластерной организации. Он базируется на использовании природного, культурного и исторического потенциала сельской местности, предлагая туристам погружение в аутентичную среду, отдых от городской суеты, знакомство с традици-

онным укладом жизни, ремеслами и локальной кухней. Однако, самостоятельное развитие отдельных сельских хозяйств или небольших предприятий зачастую сталкивается с ограничениями: трудности с маркетингом и продвижением, недостаток инвестиций, проблемы с инфраструктурой, отсутствие единой системы управления. Кластеризация позволяет преодолеть эти барьеры. Формирование агротуристских кластеров, например, способствует интеграции сельскохозяйственного производства с туристской деятельностью, что открывает новые рынки сбыта для сельхозпродукции и создает дополнительные доходы для фермеров [5, с. 88].

Процесс формирования туристского кластера является комплексным и требует координации усилий различных заинтересованных сторон. Первым шагом является определение территориальных границ кластера и выявление его ключевых ресурсов и объектов, обладающих туристским потенциалом (например, уникальный природный ландшафт, исторические памятники, традиционные промыслы, гастрономические особенности) [4, с. 17]. Затем происходит идентификация и вовлечение потенциальных участников кластера. Это могут быть:

1) производители сельхозпродукции и фермеры (предлагающие агротуризм, дегустации, продажу продукции);

2) объекты размещения (сельские усадьбы, гостевые дома, мини-отели);

3) объекты питания (кафе, рестораны с местной кухней);

4) производители народных промыслов и ремесленники;

5) музеи и историко-культурные центры;

6) туристско-информационные центры и туроператоры;

7) органы государственной и муниципальной власти (создающие благоприятную правовую, инфраструктурную и инвестиционную среду) [1, с. 41];

8) образовательные и научные учреждения (для обучения кадров, проведения исследований и разработки инноваций).

Ключевым элементом является разработка единой стратегии развития кластера, которая включает в себя:

1) создание комплексного туристского продукта, объединяющего различные виды услуг и достопримечательностей;

2) развитие инфраструктуры;

3) маркетинг и продвижение (разработка брендинга кластера, создание информационных ресурсов, организация рекламных кампаний, участие в выставках);

4) повышение качества услуг и стандартизация (обучение персонала, разработка стандартов качества, формирование системы сертификации);

5) привлечение инвестиций (как государственных, так и частных, для развития инфраструктуры и поддержки участников кластера) [7, с. 2566].

Особое значение приобретает управление туристскими кластерами. Это может осуществляться через создание специализированной управляющей компании, ассоциации кластера или через координацию со стороны региональных органов власти. Эффективное управление предполагает постоянный мониторинг, анализ результатов, корректировку стратегии и разрешение возникающих противоречий между участниками.

Формирование туристского кластера оказывает значительное мультипликативное воздействие на сельские территории. Во-первых, это создание новых рабочих мест, как непосредственно в сфере туризма, так и в смежных отраслях (производство сувениров, строительство, сельское хозяйство, сфера услуг). Во-вторых, это стимулирование развития местного бизнеса и предпринимательской активности. Повышение спроса на местную продукцию способствует развитию аграрного сектора, а наличие туристской инфраструктуры привлекает новые инвестиции. Кластерный подход способствует выравниванию пространственного развития. Он позволяет активизировать те сельские территории, которые ранее считались непривлекательными или удаленными, благодаря созданию новых маршрутов, объектов притяжения и инфраструктуры. Это приводит к более равномерному распределению экономических благ и снижению диспропорций в развитии региона. Кроме того, развитие туристских кластеров способствует сохранению и популяризации культурного и природного наследия. Уникальные местные традиции, ремесла, гастрономические особенности становятся частью туристского продукта, что мотивирует их сохранение и передачу будущим поколениям.

Несмотря на очевидные преимущества, формирование туристских кластеров в России сталкивается с рядом специфических вызовов. Среди них:

1) недостаточное развитие инфраструктуры в отдаленных сельских районах;

2) слабая информированность потенциальных участников о преимуществах кластерного подхода и сложность их вовлечения в совместную работу;

3) недостаточная финансовая поддержка со стороны государства и частных инвесторов;

4) региональные различия в административном регулировании и поддержке туристской деятельности;

5) кадровый дефицит в сфере туризма и гостеприимства на селе [3, с. 9].

Для успешного преодоления этих трудностей необходима активная роль государства в создании благоприятных условий для кластеризации: разработка нормативно-правовой базы, предоставление субсидий и грантов, поддержка инвестиционных проектов, развитие образовательных программ. Важную роль играет также формирование партнерских отношений между бизнесом, властью и наукой.

Выводы. Туристский кластер выступает как эффективный инструмент пространственного развития сельских территорий, способствуя формированию устойчивой экосистемы, повышению ее конкурентоспособности и привлечению инвестиций. Его сила заключается в создании синергии между множеством участников, что приводит к мультипликативному экономическому эффекту.

Ключевыми инструментами туристского кластера, специфичными для сельского туризма, являются:

1) интеграция агропроизводства и туризма. Кластер как инструмент для создания новых рыночных ниш для сельхозпродукции через агротуризм, дегустации и продажу напрямую туристам. Это позволяет фермерам диверсифицировать доходы и повысить привлекательность своей деятельности;

2) развитие локальной идентичности и аутентичности. Кластер способствует консервации и популяризации уникальных местных культурных, исторических и гастрономических особенностей, которые становятся основой для формирования самобытного туристского продукта. Это превращает «слабости» удаленности и самобытности в сильные стороны;

3) создание комплексных маршрутов и предложений. Путем объединения усилий различных участников (размещение, питание, достопримечательности, ремесла) кластер обеспечивает разработку целостных туристских продуктов, которые невозможно создать в рамках индивидуального предприятия. Это повышает ценность предложения для туриста;

4) оптимизация инфраструктурного развития. Кластер является инструментом для консолидации усилий и ресурсов (в том числе государственных) для развития необходимой инфраструктуры (дорог,

связи, благоустройства), что особенно важно для сельских территорий с ограниченным бюджетом;

5) совместный маркетинг и брендинг. Кластер позволяет эффективно продвигать территорию как единый туристский объект, снижая затраты на рекламу для отдельных участников и повышая общую узнаваемость;

6) повышение качества услуг через кооперацию. Обмен опытом, обучение персонала и разработка единых стандартов внутри кластера способствуют общему повышению уровня сервиса, делая сельский туризм более привлекательным и конкурентоспособным;

7) стимулирование малого бизнеса и самозанятости. Кластерная структура создает благоприятную среду для развития малых форм предпринимательства (семейные гостиницы, ремесленные мастерские, кафе с домашней кухней), активно вовлекая местное население в туристскую индустрию.

Реализация этих инструментов требует системного подхода, координации со стороны управляющих структур и активного участия всех членов кластера. Эффективное применение кластерного подхода позволяет не только повысить экономическую активность сельских территорий, но и обеспечить устойчивое пространственное развитие, сохраняя при этом их уникальную идентичность.

Источники и литература

1. Алфёров С. Н. Правовые основы формирования и функционирования туристско-рекреационных кластеров в российской федерации / С. Н. Алфёров // Наука. Образование. Современность. – 2024. – № 4. – С. 41–45.

2. Верна В. В. Возможности для эффективной организации сельского туризма как драйвера устойчивого развития сельских территорий в Российской Федерации / В. В. Верна, С. С. Скараник, А. А. Халилова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции (пгт Форос, г. Ялта, Республика Крым, 12–13 мая 2023 года). – Симферополь: ИП «Ариал», 2023. – С. 327–332.

3. Киянова Л. Д. Формирование региональных агротуристических кластеров как инструмент обеспечения устойчивого развития сельских территорий / Л. Д. Киянова, О. А. Миронова // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2018. – № 3 (55). – С. 1–18.

4. Кучумов А. В. Проектирование туристского кластера на основе географического фактора / А. В. Кучумов, П. Ю. Еремичева // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Серия: География. Геология. – 2024. – № 1. – С. 14–25.

5. Морева С. Н. Туристский кластер как механизм развития сельских территорий / С. Н. Морева // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 2. – С. 86–91.

6. Современные проблемы развития сельского туризма в Республике Крым / Д. В. Нехайчук, В. В. Верна, С. С. Скараник, А. Н. Воробьева // Вестник Керченского государственного морского технологического университета. – 2023. – № 3. – С. 185–199.

7. Юренский Д. А. Управление туристскими кластерами: опыт региона / Д. А. Юренский // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15, № 6. – С. 2551–2576.

Событийные мероприятия как одна из форм культурных практик добровольчества

М. С. Некрасова,

*магистрант 1 курса направления подготовки «Культурология»
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»*

*Е. Г. Кокорина — научный руководитель,
кандидат культурологии, доцент,*

*доцент кафедры культурологии и социокультурного проектирования
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»*

В предлагаемой статье рассматривается специфика событийных мероприятий как одной из форм культурных практик добровольчества. Анализируя совокупность мероприятий в контексте данной тематики, а также литературу, посвящённую им, автор выявляет ключевые особенности изучаемого явления. Актуальность событийного добровольчества проявляется в тенденции вовлечения замотивированных для активной деятельности граждан в проведение крупных событий.

Ключевые слова: добровольчество, волонтерство, культурная практика, повседневность, праздник, событийное мероприятие.

Введение. Современные гуманитарные науки изучают множество феноменов. Среди них значимое место занимают культурные практики, так как их диапазон не замыкается в границах отдельных видов человеческой деятельности: они включают в себя не только продуциро-

вание ценностей культуры, но и в принципе весь «космос» культуры, создаваемый людьми, и творящий каждого человека в отдельности. Культурная практика проявляет важнейшие, фундаментальные ценности, традиции, мировоззрение в целом, что составляет условия её существования и развития. Культурные практики – это сама культура, воплощаемая в действительности.

Целью данной работы является определение событийных мероприятий как одной из форм культурных практик добровольчества. В качестве материала исследования выступает совокупность мероприятий в контексте данной тематики, а также литература о них, анализ которых позволяет выявить ключевые особенности изучаемого явления. В рамках исследования мы обращались к таким методам, как историографический, метод систематизации, метод социокультурных наблюдений.

Результаты исследования. Процессы развития культуры невозможно анализировать вне рассмотрения развития культурных практик. Исследователи изучают эволюцию методологических подходов к осмыслению культурных практик в современном обществе, признаки, особенности культурного производства и потребления в виртуальной сфере и в повседневной жизни. В современной науке обосновывается точка зрения на сущность и содержание понятия «культурные практики». Вопросам изучения проблем культурных практик посвящено значительное количество публикаций, среди которых следует в первую очередь выделить Г. А. Аванесовой, Д. А. Бакуменко, Н. Ф. Зюзева, В. Д. Лелеко, В. И. Родионовой и других авторов. Особое значение для этого исследования имела работа В. П. Большакова «Культурные практики в процессах становления культуры» [1].

Существует ряд дефиниций культурных практик, которые ранее в своих трудах рассматривали Л. Болтански, П. Бурдьё, М. Хайдеггер, Л. Витгенштейн, Ж. Делёз, Н. Элиас, А. И. Кравченко, С. Б. Крымский, Б. Лагур, А. Макингайр, Г.А. Медникова, М. Мосс, К. Поланьи, А. Реквиц, М. де Серто, Л. Тевено, Ч. Тейлор, М. Фуко, А. А. Шинкаренко [По: 2, с. 16].

Говоря о явлении культурных практик, мы в данной работе употребляем соответствующий термин во множественном числе. Под культурными практиками следует понимать реализацию культуры в её непосредственной действительности. За этим следует представление о том, что культура может реализоваться по невероятно широкому спектру её векторов и аспектов.

Культурные практики на всём протяжении их развития были повседневными и не-повседневными. Однако здесь сложно провести чёткую границу между повседневностью и не-повседневностью изучаемого явления. Примером этому могут служить праздники, возник-

шие ещё в первобытную эпоху, когда повседневное и не-повседневное были ещё не чётко разделены.

При анализе культурных практик в современном обществе очевидно, что их необходимо изучать, рассматривая эволюцию методологических подходов к их осмыслению, признаки, особенности культурного производства и потребления в виртуальной сфере и в повседневной жизни. Культурные практики также рассматриваются сейчас как основа развития креативных индустрий.

Одной из главных интенций культурных практик является сохранение, передача и дальнейшее развитие системы значений, смыслов, представлений, опредмеченных в знаниях и выраженных в символической форме.

В. А. Лукьянов определил развитие добровольчества как «процесс общественно-государственного взаимодействия, основной задачей которого является создание адекватного организационного базиса развития добровольчества и поддержки добровольческих инициатив и в целях достижения максимально высокого уровня социальной эффективности в результате добровольческой деятельности и добровольческого труда населения Российской Федерации» [3]. В настоящее время можно говорить о том, что процесс институционализации добровольчества является одной из приоритетных государственных задач в России. Величайшие традиции, которые когда-то были у добровольчества в нашей стране, не исчезли и не исчезнут, а будут продолжать развиваться и процветать на благо всего человечества.

К добровольческой деятельности применяется несколько классификаций: формальное и неформальное добровольчество; неорганизованное и организованное; краткосрочная, регулярная и долговременная волонтерская деятельность. По степени вовлечённости различают краткосрочное, регулярное и долгосрочное добровольчество. Краткосрочность подразумевает ограниченность во времени, то есть, например, участие в одной акции. Регулярность подразумевает системность оказываемой помощи, а долгосрочность предполагает работу в длительной перспективе.

На сегодняшний день добровольчество является одним из интенсивно развивающихся общественных движений. Оно имеет глубокие исторические корни, признано во всех странах мира и, безусловно, укрепляет и обогащает как отдельную личность, так и общество в целом.

Добровольчество по своей социальной природе должно достичь своих целей: помощь в создании устойчивого положения людей в обществе; дополнение услуг, предоставляемых государственными и муниципальными органами власти, а также предпринимательством в тех

случаях, когда эти услуги экономически не эффективны, но жизненно необходимы в обществе. Как правило, выделяют несколько классификаций видов добровольчества. К ним относятся: социальное добровольчество; экологическое добровольчество; культурное добровольчество; событийное добровольчество.

Событийные мероприятия связаны с феноменом праздника, уходящего своими корнями в глубины возникновения человеческой культуры, а, соответственно, и культурных практик. Праздник, благодаря многогранной коммуникации, собранной в одной локации, и социальному эффекту предоставляет комфортную среду для создания общественных идеалов и возможности влияния и контроля над общественным сознанием.

На протяжении всего существования добровольчества участие волонтеров в большом событийном мероприятии демонстрирует его важность и престиж. Событийное добровольчество выступает одним из динамично развивающихся направлений волонтерства, посредством которого осуществляется вовлечение граждан в регулярное добровольческое дело. Событийное волонтерство зачастую рассматривается исследователями как одно из наиболее приемлемых направлений добровольчества, посредством которого люди могут впервые принять участие в крупном мероприятии с дальнейшим закреплением подобного опыта в добровольческом движении.

Развитие событийного добровольчества осуществляется посредством преумножения существующего опыта взаимодействия с событийными волонтерами, государственными организациями, представителями власти, бизнеса и третьего сектора. В подобной деятельности учреждениями разного уровня подчинения и организациями применяются специфические виды и формы работы, включая взаимодействие с волонтерами, вовлеченными в событийную деятельность. Положительный опыт такого взаимодействия распространяется посредством методических рекомендаций, публикаций в специализированных изданиях и на разных площадках сети Интернет, что даёт возможность качественно преобразовывать работу с событийными добровольцами в разных учреждениях, организациях, на различных мероприятиях, разнообразить методы работы и приходиться к решениям сложных ситуаций.

Выводы. Актуальность событийного добровольчества проявляется в тенденции вовлечения замотивированных для активной деятельности граждан в проведение крупных событий. Важно способствовать созданию условий поддержки добровольческих инициатив и предпринимать меры по развитию событийного волонтерства как технологии вовлечения добровольцев в системную добровольческую деятельность.

Источники и литература

1. Большаков В. П. Культурные практики в процессах становления культуры / В. П. Большаков // Вестник СПбГУКИ. – 2016. – № 2 (27). – С. 16–22.
2. Гулевич О. А. Помощь как стиль жизни: психологические аспекты волонтерской деятельности / О. А. Гулевич, Н. И. Шевелева, А. А. Фомичев // Социальная психология и общество. – 2013. – № 2. – С. 5–20.
3. Лукьянов В. А. Добровольчество как предмет социального партнерства (на примере Санкт-Петербурга). – Текст: электронный / В. А. Лукьянов: DVD-диск–электронная книга СПб ОО БО «Невский Ангел» «Всё о добровольчестве». – Санкт-Петербург: ООО «Мульти Проджект Систем Сервис», 2010 (дата обращения: 21.10.2025).

Особенности развития туризма на ООПТ Республики Крым

Ю. В. Пичерская,

*магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

С. Д. Димитриева – научный руководитель,

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье рассматриваются особенности развития туризма на особо охраняемых природных территориях (ООПТ) Республики Крым. Анализируются структура, площади и посещаемость ООПТ, а также меры по развитию экологического туризма с учётом принципов устойчивого развития, баланса между рекреационной нагрузкой, охраной природы и интересами местного населения.

Ключевые слова: *особо охраняемая природная территория, заповедники, национальные парки, природные заказники, памятники природы, Республика Крым.*

Введение. Туризм и индустрия гостеприимства сегодня является мощным инструментом комплексного развития территорий. Важно, чтобы развитие проходило с учетом интересов местных жителей,

способствовало развитию местного бизнеса, с пользой для решения экологических и социальных проблем территории и с формированием экологической культуры у гостей и местного населения. Успешно решать данные задачи помогают механизмы устойчивого управления туристическими дестинациями и продуктами.

Целью исследования являются раскрытие особенностей развития туризма на ООПТ Республики Крым.

Результаты исследования. Анализ данных по особо охраняемым природным территориям (ООПТ) в Республике Крым за 2024 год показывает, что сеть ООПТ представлена в основном объектами регионального значения – 194 единицы (94,6 % от общего количества), что подчёркивает ключевую роль республиканских органов власти в формировании и развитии природоохранной инфраструктуры региона. Всего в Крыму насчитывается 205 ООПТ (см. таблицу 1).

Несмотря на небольшое количество (9 ООПТ), федеральные территории занимают доминирующее положение с точки зрения площади – 129 937,5 га, что составляет 57,3% от общей площади всех ООПТ региона. Это связано с тем, что к ним относятся крупные природные комплексы, такие как национальные парки и государственные природные заповедники. ООПТ регионального значения занимают 96 601,3 га, а ООПТ местного значения – всего 28,5 га, что свидетельствует об их локальном, точечном характере.

Таблица 1 – Общие сведения об особо охраняемых природных территориях по Республике Крым за 2024 год

	ООПТ федерального, регионального и местного значения			
	всего	в том числе		
		ООПТ федерального значения	ООПТ регионального значения	ООПТ местного значения
Количество, ед.	205	9	194	2
Общая площадь на конец отчётного года, га	226567,3	129937,5	96601,3	28,5
Общие затраты на содержание ООПТ, тыс. руб.	851085,5	

Источник: составлено с использованием [2; 5].

Данные о затратах на содержание ООПТ представлены не полностью, однако очевидно, что основная часть финансирования направляется на поддержание ООПТ федерального и регионального значения, где сосредоточены значительные природные, научные и рекреационные ресурсы.

Анализ структуры особо охраняемых природных территорий (ООПТ) федерального, регионального и местного значения в Республике Крым за 2024 год показывает, что доминирующую роль играют ООПТ регионального значения – 194 единицы, что составляет 94,6% от общего количества (205 ООПТ). Среди них преобладают памятники природы (93) и государственные природные заказники (43), что указывает на то, что региональная политика направлена на охрану локально значимых природных объектов и экосистем (см. таблицу 2).

ООПТ федерального значения представлены 9 объектами, среди которых ведущую роль играют государственные природные заказники (3) и национальные парки (1). Наибольшую площадь занимают государственные природные заказники федерального значения – 66 386,0 га, что составляет более 51% от общей площади федеральных ООПТ. Национальные парки и заповедники, несмотря на меньшее количество, также вносят значительный вклад в сохранение природ-

Таблица 2 – Количество ООПТ федерального, регионального и местного значения по Республике Крым за 2024 год

	Всего	Государственные природные заповедники	Национальные парки	Государственные природные заказники	Памятники природы	Дендрологические парки	Природные парки
Количество ООПТ федерального значения, ед.	9	5	1	3	-	-	
Общая площадь ООПТ федерального значения, га	129937,5	28988,0	34563,5	66386,0			
Количество ООПТ регионального значения, ед.	194	-	-	43	93		6
Количество ООПТ местного значения, ед.	2	-	-	-	-	-	

Источник: составлено с использованием [2; 5].

ных территорий – 34 563,5 га и 28 988,0 га соответственно. ООПТ местного значения представлены всего двумя объектами, что свидетельствует о слабом развитии природоохранной деятельности на муниципальном уровне.

На территории полуострова около двухсот особо охраняемых природных территорий. Четыре из них – заповедники федерального значения, которые находятся в ведении объединенной дирекции «Заповедный Крым»: Ялтинский горно-лесной, Опуцкий, Казантипский и заповедник «Лебяжьих островов» (см. рисунок). Из четырех перечисленных для посещения доступны Ялтинский горно-лесной, Опуцкий и Казантипский. Доступ на «Лебяжьих островов» туристам закрыт – в эту зону можно только ученым. Однако есть еще один федеральный заповедник, тропами которого можно прогуляться, – Карадагский, который не входит в состав «Заповедного Крыма». Карадагский природный заповедник предлагает эколого-просветительские маршруты, но только в сопровождении научного сотруд-

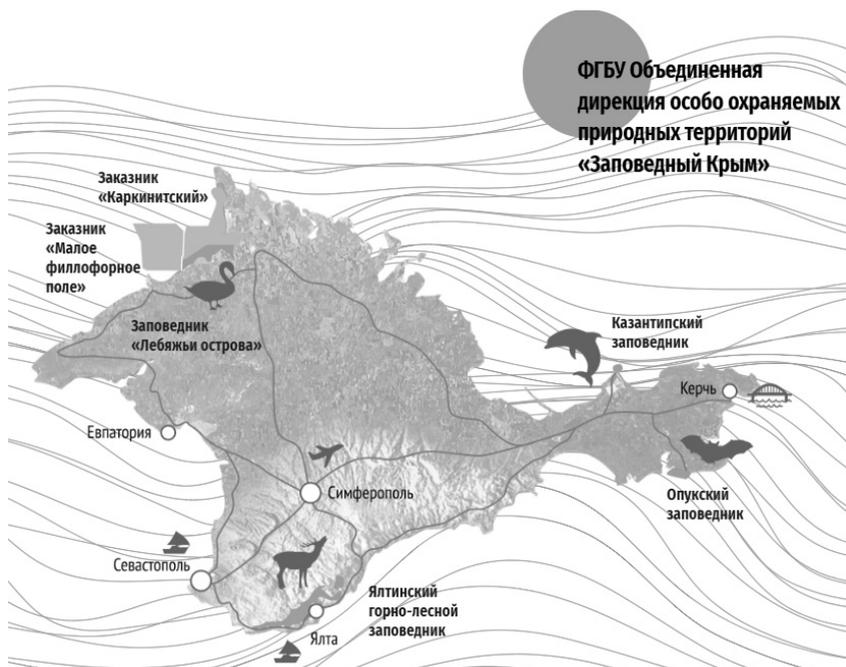


Рисунок – Заповедники федерального значения в ведении объединенной дирекции «Заповедный Крым» [4]

ника – для самостоятельного посещения тропы этой природной зоны закрыты.

В Республике Крым за прошедшие девять лет Министерством экологии и природных ресурсов Крыма были разработаны и утверждены 69 туристических маршрутов и 17 мест отдыха в границах особо охраняемых природных территорий (ООПТ).

В популярном среди туристов заказнике «Большой каньон Крыма» (Бахчисарайский район), созданном для сохранения ущелья между горой Бойко и Ай-Петринским нагорьем, появились новые удобные тропы. Его площадь составляет 300 га, протяжённость основной тропы – 1,5 км.

На участке протяжённостью 300 м обустроены ступеньки, поручни, мостики, урны, указатели, две смотровые площадки и беседки. Установлены кабинки для осмотра на предмет клещей (обработка проводится дважды в год). Лесники предусмотрели переходы к реке для диких животных. Условия стали безопасными и комфортными: экскурсоводам проще контролировать группу, но для любителей экстрима оставили альтернативный маршрут.

Пеший маршрут проходит вдоль реки Аузун-Узень по двум утверждённым паспортам. Первый (2,5 км) начинается у кордона № 1 (30-й км трассы Бахчисарай – Ялта), проходит через «Почтовый дуб» и «Голубое озеро» к «Ванне молодости». Второй (2,2 км) начинается на 1 км дальше и соединяется с первым у «Яблоневого брода». Маршрут теперь безопасен в любую погоду и круглый год. В планах продлить благоустройство ещё на 4 км и создать кольцевой маршрут через «Почтовый дуб». На эти цели из республиканского бюджета и средств лесхоза было потрачено около 1 млн рублей. Для ночёвок обустроено 36 официальных стоянок с возможностью разведения костров.

Стал доступнее и маршрут «Алимова балка»: после благоустройства по нему могут ходить дети и пожилые люди. Установлены лестница с перилами, беседки и смотровая площадка с видом на Качи-Кальон.

В 2025 году будет запущен новый маршрут в ландшафтно-рекреационном парке «Бахчисарай» и разработан автомобильный маршрут «Восточные ворота Чуфут-Кале» от улицы Скалистой. Продолжается создание Большой Крымской тропы – единого 750-километрового маршрута от западной до восточной оконечности полуострова. Путешествие может занять от нескольких часов до недели. Все 69 маршрутов бесплатны и доступны круглый год [1].

Основными видами туристских услуг на ООПТ являются: просветительская и образовательная деятельность; организация спортив-

но-оздоровительного, сельского (зеленого) и экологического туризма (экологические и эколого-просветительские туры, экскурсии по плановым маршрутам (тропам)); проведение специальных природоохранных и экологических мероприятий и акций (ярмарок, аукционов, фестивалей, конкурсов, выставок и т. п.), но даже эта деятельность может привести к разрушающим последствиям уникальных природных комплексов ООПТ.

С начала 2024 года особо охраняемые природные территории федерального значения посетило 11,8 млн человек. В 2024 году в четыре раза чаще посещали местные заповедники, чем в 2023 году. По сравнению с 2023 годом на 25% выросло количество платных туристов – это именно гости полуострова. Всего в 2024 году на посещение крымских заповедников было оформлено более 350 тысяч разрешений, около 105 тысяч из которых – платные туристические пропуски [3].

Выводы. Особо охраняемые природные территории (ООПТ) Республики Крым играют ключевую роль в развитии экологического и познавательного туризма. Подавляющее большинство ООПТ относится к региональному уровню (94,6%), однако наибольшую площадь и рекреационный потенциал имеют федеральные объекты: национальные парки и заповедники. В последние годы активно развивается туристическая инфраструктура: обустраиваются экотропы, создаются визит-центры, внедряются цифровые сервисы. При этом сохраняется баланс между ростом посещаемости и охраной природы, что соответствует принципам устойчивого туризма. Успешное развитие особо охраняемых природных территорий Крыма демонстрирует возможность совмещения природоохранной миссии, образовательной функции и социально-экономического роста региона.

Источники и литература

1. Все заповедники и заказники Крыма – инфографика // Риа Новости Крым: [сайт]. – URL: <https://crimea.ria.ru/20230527/vse-zapovedniki-i-zakazniki-kruma---infografika-1129015533.html> (дата обращения: 13.10.2025).

2. Государственное автономное учреждение Республики Крым «Управление особо охраняемыми природными территориями Республики Крым» // ООПТ-Крым: [сайт]. – URL: <https://оопт-крым.рф/> (дата обращения: 26.10.2025).

3. Доклад о состоянии и об охране окружающей среды на территории Республики Крым в 2024 году // Правительство Республики Крым: [сайт]. – URL: https://meco.rk.gov.ru/uploads/meco/containet/2025/07/16/2025-07-16-15-31-21_2024.pdf (дата обращения: 26.10.2025).

4. Заповедный Крым: [сайт]. – URL: <https://zapovedcrimea.ru/> (дата обращения: 26.10.2025).

5. Количество особо охраняемых природных территорий по субъектам Российской Федерации за 2024 год // Росстат: [сайт]. – URL: http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1-OOPT_2024.xlsx (дата обращения: 20.10.2025).

Особенности социокультурного развития Крымского региона

Д. М. Саруханян,
соискатель ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма»

*Э. Э. Ибрагимов – научный руководитель,
доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма,
менеджмента и социально-культурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье описаны структурные и динамические параметры региональной идентичности, институциональные и этнодемографические особенности полуострова, концептуализированы вызовы адаптации культурных институтов к новым реалиям. Ключевое внимание уделяется институциональным и технологическим аспектам модернизации культурной среды. Определено, что Республика Крым демонстрирует успешную модель региона как социокультурного феномена. Однако современные вызовы требуют дальнейшего совершенствования кадрового, организационного и инфраструктурного сопровождения культурной сферы.

Ключевые слова: Крым, социокультурный феномен, идентичность, культура, многонациональность, социокультурная деятельность, культурная политика, институциональные механизмы, культурное наследие, этноконфессиональность

Введение. В современных условиях, характеризующихся масштабными изменениями в политической, экономической и культурной сферах, особое значение приобретают региональные особенности как социокультурного явления. Крымский полуостров выступает примером региона с выраженной уникальностью: здесь переплетаются многонациональные и поликонфессиональные традиции, сохраняется исто-

рико-культурная прееменственность и одновременно возникают новые вызовы, связанные с модернизацией.

Актуальность исследования определяется значимыми, активными и устойчивыми преобразованиями, происходящими в регионе на фоне геополитических и культурных процессов последних лет, а также богатой историей развития Крыма и сменяемости процессов в нем от самого высокого государственного уровня до проявления культуры на самых базовых житейских процессах.

Цель работы – выявление ключевых тенденций и механизмов формирования социокультурного ландшафта Крыма, анализ институциональных и этнодемографических факторов как основы региональной идентичности, а также определения культурных инициатив, влияющих на развитие региона.

Материалом исследования выбраны официальные статистические данные, законодательные акты Республики Крым, результаты научных конференций, аналитические публикации, актуальные события, происходящие в Крыму, а также конкретные примеры успешных практик реализации культурного развития региона.

Методы исследования включают системный и сравнительный анализ, статистический мониторинг, анализ научных публикаций и нормативных документов.

Результаты исследования. *Этнодемографические и социокультурные параметры Крыма.* Крымский регион уникален по своему этноконфессиональному составу и сохраняет статус центра культурного многообразия (таблица 1).

По данным последней переписи населения, при наличии титульной нации знаковое влияние в регионе имеют крымские татары, как наци-

Таблица 1 – Этнический состав населения Республики Крым (2025 г.) [5; 9]

Этническая группа	Численность (тыс. чел.)	Доля (%)	Статус
Русские	1341	67,0	Титульная нация РФ
Крымские татары	261	13,0	Коренное население
Украинцы	140	7,0	Историческое население
Татары	30	1,5	Дiasпора
Белорусы	20	1,0	Дiasпора
Армяне	10	0,5	Дiasпора
Остальные	198	10,0	Смешанные
ИТОГО	2000	100,0	—

ональность, имеющая сложную структуру происхождения и разноформатную природу каждого элемента этноса [7].

Крым демонстрирует пример толерантного сосуществования 125 национальностей и около 50 религиозных конфессий [9], при этом являясь регионом, подверженным значительному количеству провокаций и существенному давлению из-за геополитического конфликта Россия – НАТО и Россия – Украина.

Основные государственные языки – русский, украинский, крымскотатарский при доминировании русского в официальных и межэтнических коммуникациях. Исторически сложившееся культурное многообразие интегрирует традиции, ремесла, праздники различных этнических групп региона [5; 9]. Важную роль в укреплении региональной идентичности играют природно-географические факторы (климат, ландшафт, внутренняя дифференциация), историческая память, развитие этнографического и культурного туризма, поддержка местных брендов и продуктов.

Институциональные механизмы формирования социокультурного пространства. Основными агентами организации и трансформации регионального культурного пространства выступают:

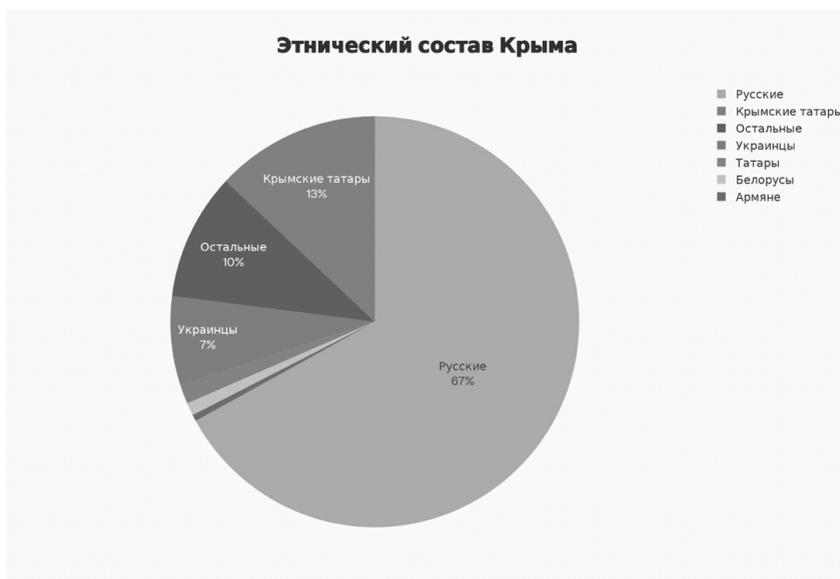


Рисунок 1 – Этнический состав населения Республики Крым (2025 г.) [7]

- образовательные учреждения: передача социального и культурного опыта, формирование научных и художественных традиций;
- религиозные организации: обеспечение межэтнической интеграции посредством сохранения конфессиональных практик;
- учреждения культуры и искусств (музеи, библиотеки, театры, филармонии): популяризация культурного наследия, создание новых видов культурной деятельности;
- культурно-досуговые центры и творческие союзы: поддержка самодельности, любительского творчества, локальных инициатив;
- органы государственной поддержки: создание благоприятной инфраструктуры, модернизация материально-технической базы.

Благодаря национальным проектам «Культура» и региональным программам, осуществляется строительство и модернизация инфраструктуры, поддерживается фестивальное движение, внедряются современные сервисы в музейной, театральной и библиотечной сфере [2; 6].

Динамика показателей и современные вызовы культурного развития. Последние 10 лет характеризуются рядом значимых изменений в структуре культурных учреждений, их деятельности и посещаемости. При этом отметим:

- сохранение высоких показателей посещаемости музеев и театров;
- уменьшение числа библиотек и культурно-досуговых учреждений при росте числа культурных мероприятий и акций;
- развитие материально-технической базы, проведение капитальных ремонтов объектов культуры, реставрация памятников;
- внедрение цифровых технологий и переход учреждений в онлайн-форматы, развитие программ для молодежи и поддержка творческих объединений.

Таблица 2 – Динамика развития учреждений культуры в Крыму (2015–2023 гг.) [1]

Тип учреждения	2015	2019	2023	Изменение	Тренд
Библиотеки	664	661	655	-1,4%	Снижение
Государственные музеи	15	34	33	+120,0%	Рост
Театры	4	8	8	+100,0%	Рост
Культурно-досуговые центры	557	546	542	-2,7%	Снижение
ВСЕГО учреждений	1240	1249	1238	-0,2%	Стабильность

За последнее десятилетие наблюдается следующая динамика развития культурной сферы Крыма (см. таблицу 2, рисунок 2):

- сохраняется сокращение числа некоторых учреждений (библиотеки, культурно-досуговые центры), при этом резко вырос объем культурных мероприятий и количество посетителей музеев и театров;
- активная цифровизация и выход учреждений культуры в онлайн-форматы [6];
- значительные вложения в капитальный ремонт, реставрацию и обновление объектов культурного наследия;
- акцент на поддержке молодежи через проекты наподобие «Пушкинской карты»; ежегодно запускается более 100 новых мероприятий [6];
- внедрение новых форм взаимодействия с местными сообществами;
- дифференциация возможностей между городскими и сельскими районами.

К числу актуальных вызовов относятся:

- необходимость совершенствования инфраструктуры в сельских районах;
- поддержание конкурентоспособности учреждений в условиях глобального развития информационных технологий;
- обеспечение межнационального согласия;
- адаптация кадрового состава к современной культурной политике; развитие программ государственно-частного партнерства [2; 6].

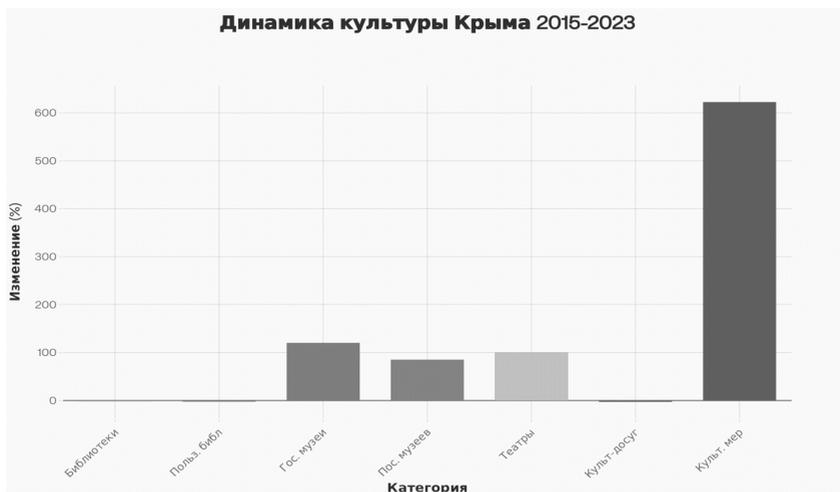


Рисунок 2 – Динамика ключевых показателей учреждений культуры Крыма (2015–2023) [6]

Сравнительный анализ региональных социокультурных феноменов. Анализ региональных особенностей демонстрирует, что политика в успешных субъектах строится на балансе между традицией и инновацией, поддержке этнокультурного многообразия, стимулировании участия самих жителей в культурном проектировании [3; 8]. По сравнению с другими регионами Крым имеет низкий объем финансирования культуры, при этом принимая большое количество туристов и обеспечивая их опыт (см. рисунок 3).

Несмотря на низкий объем государственных ассигнований на развитие культуры, Крым находится в авангарде российской социокультурной политики, наращивая ежегодно объем проводимых мероприятий (рисунок 4).

Также развитие социокультурного обмена способствуют такие факторы, как этноконфессиональная мозаичность, уникальный исторический и природный опыт, высокая инвестиционная привлекательность Крыма в сфере искусства и культурного туризма.

Выводы. Республика Крым демонстрирует успешную модель региона как социокультурного феномена, где культурная политика осно-

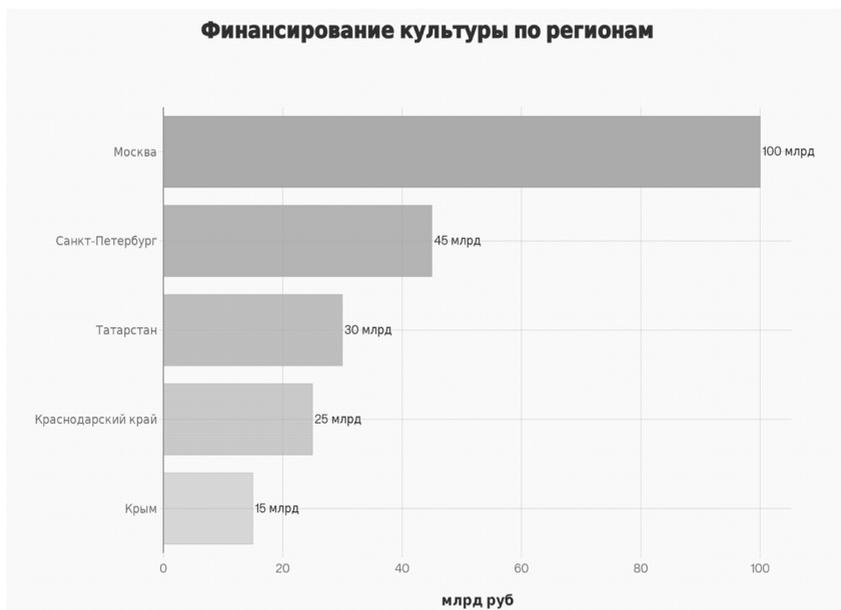


Рисунок 3 – Сравнительный анализ финансирования культурной сферы в регионах РФ (2023 г.) [4]

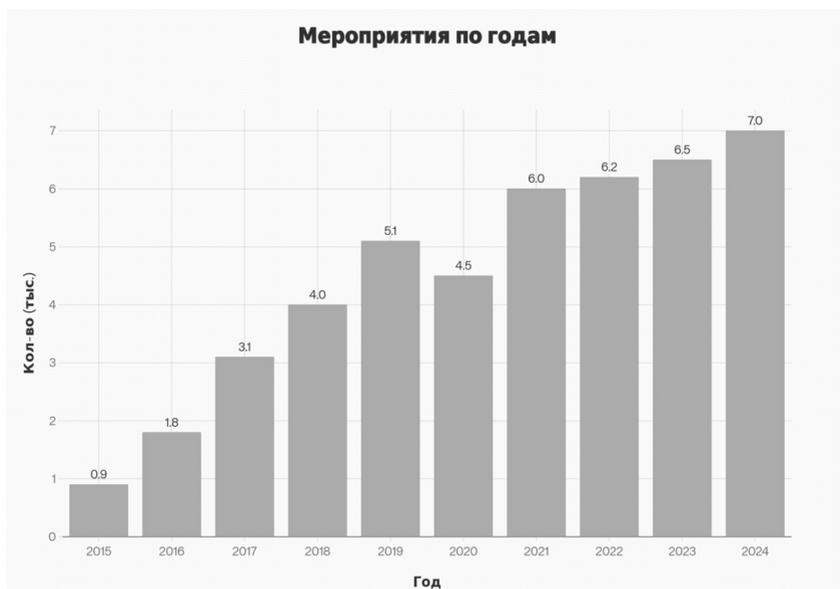


Рисунок 4 – Динамика роста количества культурных мероприятий в Республике Крым (2015–2024 гг.) [6]

вывается на институциональном многообразии, интеграции традиций и технологических новаций, при этом имея большое геополитическое давление на регион в связи с конфликтами, в которые вовлечена Россия.

Современные вызовы требуют дальнейшего совершенствования кадрового, организационного и инфраструктурного сопровождения культурной сферы, а также сохранения межнационального согласия. Необходимо активизировать участие населения в развитии локальных идентичностей, внедрять эффективные кейсы цифровизации и поддерживать материально-техническую базу учреждений культуры.

Основным источником развития культурных инициатив в Крыму остается бюджет, в рамках которого Крым имеет потенциал значительного повышения объема (особенно на фоне конкурентов).

Источники и литература

1. Гарькавая Е. С. Институты культуры как механизмы организации социокультурного пространства Республики Крым / Е. С. Гарькавая // Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции «Крымский мир: культурное наследие». – Симферополь, 2020. – С. 45–49.

2. Государственная программа Республики Крым «Развитие культуры, архивного дела и сохранение объектов культурного наследия Республики Крым» на 2017–2020 гг.: Постановление Совета министров Республики Крым от 28.12.2016 № 665.

3. Ерохина О. В. Проблемы крымчан: самоидентификация, адаптация, межэтнические отношения / О. В. Ерохина // Наука. Общество. Оборона. – 2016. – № 2 (7). – С. 12–18.

4. Исполнение консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации по расходам на культуру и кинематографию за 2023 год: аналитический отчет. Министерство финансов Российской Федерации, 2024.

5. Манаков А. Г. Этнодемографические процессы в Крыму в начале XXI века / А. Г. Манаков, Н. К. Теренина // Вестник Санкт-Петербургского университета. Науки о Земле. – 2024. – Т. 69. – № 1. – С. 77–90.

6. Отчет о деятельности Министерства культуры Республики Крым за 2023 год. – Симферополь: Министерство культуры РК, 2024. – 128 с.

7. Росстат. Всероссийская перепись населения 2020 года. Т. 5. Национальный состав и владение языками. – URL: <https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/> (дата обращения: 22.11.2025).

8. Пеньковцев Р. В. Проблема коллективной идентичности: Россия – современность / Р. В. Пеньковцев // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2021. – Т. 163. – № 4. – С. 149–164.

9. Этнографические особенности Крыма // Сетевое издание «Культурное наследие Крыма». – 2020. – URL: <https://crimea-heritage.ru/etnograficheskie-osobennosti-kryma/> (дата обращения: 22.11.2025).

Сохранение преемственности поколений как цель музейной работы

Р. А. Тукаева,
кандидат философских наук,
доцент кафедры философии и социальных дисциплин
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический
университет имени С.М. Кирова»

Н. В. Виноградова,
кандидат философских наук,
доцент кафедры философии, истории и социального инжиниринга
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной
технический университет»

В статье рассматривается проблема сохранения преемственности поколений в современном обществе. Авторы делают вывод, что музеи являются крепким связующим звеном между разными эпохами и поколениями, а подвиг хранителей музейных коллекций во время Великой Отечественной войны – пример того, как преданные своему делу сотрудники музеев не позволили разрушить эту связь, дав возможность будущим поколениям осознать свою сопричастность прошлому.

Ключевые слова: *преемственность поколений, музейная работа, культурно-историческое наследие, межпоколенческая коммуникация, блокада Ленинграда, подвиг, сохранение культурных ценностей, Исаакиевский собор, Павловский дворец.*

Введение. Культурно-историческое наследие является неотъемлемой частью цивилизованного общества, благодаря его сохранению и пониманию общество осознаёт себя, определяет свою идентичность и формирует свои ценности. Каждое поколение, усваивая достигнутый уровень развития культуры, инициирует новые культурные трансформации. Важной составляющей этого процесса является поддержание межпоколенческой коммуникации и сохранение преемственности поколений. Сегодня исследователи всё чаще отмечают, что современное молодое поколение («зуммеры» и «альфа»), сформировавшееся в мире технологий, постепенно дистанцируется от предыдущих поколений. В связи с этим необходимо найти тот канал, мост, который сохранит связь между старшими носителями памяти и молодёжью. Именно музейное пространство всегда было тем местом, где встречаются куль-

туры разных эпох и осуществляется контакт поколений, поэтому активное вовлечение школьников, студентов в музейную деятельность становится требованием времени.

Результаты исследования. Формированию осмысленного понимания важности музейной работы и осознания связи времен способствует обращение к истории создания и сохранения музейных коллекций, которая демонстрирует отношение к культурным ценностям в разные исторические периоды и разными политическими режимами. Чтобы по-настоящему оценить вклад музейного дела в сохранение преемственности поколений обратимся к одной из самых трагичных и тяжёлых страниц истории нашей страны – Великой Отечественной войне. Именно этот период дал наиболее яркие примеры беззаветного служения делу сохранения культурного наследия.

Особо хочется остановиться на подвиге, совершенном хранителями музеев Ленинграда – Санкт-Петербурга и пригородных дворцов-музеев. Почти в самом начале войны, когда страна оказалась на грани катастрофы, Ленинград превратился в блокадный город. Всего два с половиной месяца было у его жителей на то, чтобы успеть вывезти культурные ценности или создать условия для их спасения в городе. Хотя Ленинград и Ленинградская область вошли в число территорий, для которых были подготовлены эвакуационные планы ещё в 1932–1936 гг., составлены эти планы были без учета реального количества имевшихся в музеях ценностей [1, с. 21]. Наркомпрос РСФСР обращался в Генштаб Красной Армии и в Совнарком РСФСР с просьбой дать указания о корректировке эвакуационного плана, но «на 1941 г. в действии остался вариант эвакуации пятилетней давности: 4 871 экспонат, 8 вагонов, 4 дня» [1, с. 24]. Но даже многое из того, что было запланировано в 1936 году, в 1941 году оказалось невыполнимым, ресурсы нужны были везде, поэтому музейные работы отходили на второй план. Все тяготы эвакуации и спасения музейных коллекций легли на плечи самих сотрудников, и в большинстве случаев это были хрупкие женские плечи. С первых дней войны крупнейшие сокровищницы города, в том числе и Государственный антирелигиозный музей (ГАМ), как тогда назывался нынешний Государственный музей-памятник (ГМП) «Исаакиевский собор», приступили к эвакуации шедевров искусства. «Всего на восток страны, в Сарапул (Удмуртия), отправились 13 ящиков с более чем 800 музейными предметами. В соборе остались неотъемлемые от него произведения монументальной настенной живописи, скульптура, мозаика, а также живописные картины пилонов и иконостаса, церковные облачения. Собрание научной библиотеки поместили в подвальное помещение. Расставшийся со своими экспонатами, Исаакиевский

собор дал приют многочисленным ценностям других музеев, в том числе Музея истории и развития Ленинграда (ныне Государственный музей истории Санкт-Петербурга), Летнего дворца и Домика Петра 1, знаменитых пригородных музеев» [2, с. 3].

Очень ёмко подвиг сотрудников созданного в 1941 году Объединённого хозяйства музеев характеризуют слова Д. Гранина, выгравированные на памятной доске: «Сюда, под своды Исаакия, в годы блокады сотрудники музеев укрыли те экспонаты, что не успели эвакуировать. Здесь они жили, страдали, умирали от голода, но сумели спасти сокровища нашей культуры. Подвиг их малоизвестен, они выполняли свой долг, не помышляя о нашей благодарности» [2, с. 16]. Музейные коллекции были размещены во всех помещениях Исаакиевского собора, в том числе и в подвале, там же обустроили место для проживания нескольких десятков человек, которые занимались музейной работой: учётом и обеспечением сохранности экспонатов, научными исследованиями. В самую страшную первую зиму блокады пятиметровые стены собора промерзли насквозь, а температура внутри здания опустилась до -20°C , но, несмотря на это, хрупкие женщины продолжали бороться за спасение экспонатов. Весной музейные ценности стали выноситься из сырых помещений на южный портик для проветривания и просушки, а во время обстрелов их приходилось заносить обратно. Для ослабленных голодом женщин это был тяжелейший труд, но благодаря такой самоотверженности удалось сохранить шедевры мирового и отечественного искусства.

Сегодня в подвале Исаакиевского собора работает выставка «Чтобы помнили...», рассказывающая уже о самих блокадных музейных работниках. Здесь регулярно организуются экскурсии для школьников и студентов колледжей и вузов. Эта выставка никого не оставит равнодушным, заставляя задуматься о суровом военном времени, о силе духа, воле, патриотизме, смелости и мужестве. Экспозиция, наполненная болью, страданием и внутренней силой, прекрасно оформлена с использованием инсталляций, интерактивных элементов, документов и вещей, дополненных продуманным световым и звуковым сопровождением. Посетитель такой экспозиции понимает, что возможность наслаждаться культурными ценностями прошлого мы получили благодаря самоотверженной работе тех, кто, несмотря на тяжелейшие условия жизни, смог сохранить это достояние для будущего. Так «лучшие образцы жизни и деятельности людей прошлого» становятся «средством воспитательного воздействия для нынешних и будущих поколений» [3], а это имеет огромное значение для формирования и совершенствования личности.

Настоящим подвигом стало не только сохранение музейных коллекций во время войны, но и работа по восстановлению варварски разрушенного и уничтоженного немецкими захватчиками. Только влюблённые в своё дело и по-настоящему ему преданные люди могли добиться в условиях послевоенной разрухи, голода и необходимости реконструкции экономики разрешения и средств для реставрации царских резиденций. Одним из таких героев была Анна Ивановна Зеленова, ставшая директором Павловского музея в 28 лет после призыва на фронт предыдущего директора И. К. Микрюкова. О времени подготовки музейной коллекции к эвакуации она позже писала: «Это были дни и ночи невероятной спешки. Налеты учащались... Окна дворца наглухо заколотили. Электричества не было. Работали со свечами, а потом жгли веревки или скрученную бумагу... Упаковку ценностей продолжали днем и ночью. Хотелось как можно больше отправить вещей подальше от бомбежек и обстрелов» [4]. Часть того, что не смогли вывезти, замуровали в подвале и закопали на газонах, что помогло сберечь ценные экспонаты от уничтожения. Сама Анна Ивановна провела все три блокадных года в Исаакиевском соборе, сохраняя коллекцию из Павловска. Сразу же после освобождения города в феврале 1944 года она вернулась и принялась за восстановительные работы.

Именно благодаря удивительному таланту и настойчивости А. И. Зеленовой удалось убедить советское руководство в том, что нужно, в буквальном смысле, возродить Павловский дворец из пепла. И он был восстановлен кропотливым трудом инженеров, реставраторов, самих музейных работников и жителей города, став примером для последующих реставрационных работ во дворцах Петергофа, Гатчины, Царского Села.

Современная экспозиция Павловского музея включает и фотографии дворца после освобождения его от немцев, страшных руин, в которые он был превращён фашистами. Спустя десятилетия потомки имеют возможность увидеть не только памятник архитектуры XVIII века и его прекрасные интерьеры, но и, глядя на эти фотографии, задуматься о варварстве и жестокости одних людей и удивительной стойкости и героизме других, способных оставаться людьми даже в самых нечеловеческих условиях. Именно благодаря таким людям протягивается крепкая нить, связывающая эпохи, столь разные, но являющиеся неотъемлемой частью истории.

Выводы. Главная задача музеев – показать, что культура – это нечто непреходящее, объединяющее людей, страны, эпохи, независимо от политических предпочтений власти. Хотя советская власть пыталась бороться с пережитками прошлого, рассматривая роскошь и вели-

колепие царских резиденций как проявление безвкусицы правителей, но, к счастью, нашлись люди, благодаря которым удалось сохранить достояние досоветского периода. Музейные экспозиции, включающие в себя интерьеры и предметы быта, создают особый эмоциональный фон и погружают человека в атмосферу совсем иной жизни, позволяют почувствовать и представить, что интересовало и волновало наших далёких предков.

Источники и литература

1. Кантор Ю. З. Эвакуация ленинградских музейных экспонатов летом 1941 г. / Ю. З. Кантор // Гасырлар авазы – Эхо веков Echo of centuries. – 2021. – № 2. – С. 20–30.

2. Исаакиевский собор в годы Великой Отечественной войны / науч. ред. Ю. В. Мудров. – Санкт-Петербург, 2024. – 16 с.

3. Горностаева Л. Г. Преемственность поколений как фактор социокультурной динамики: на примере российского социума: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 – Москва, 2007 // Dissercat.com: [сайт]. – URL: <https://www.dissercat.com/content/preemstvennost-pokolenii-kak-faktor-sotsiokulturnoi-dinamiki-na-primere-rossiiskogo-sotsiuma> (дата обращения: 27.11.2025).

4. Как в 1941 году спасали коллекции Павловского дворца // Государственный музей-заповедник «Павловск»: [сайт]. – URL: <https://pavlovskmuseum.ru/news/pobeda/2376/> (дата обращения: 28.11.2025).

Направления повышения инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма

М. Е. Чеглазова,

*кандидат географических наук, доцент,
доцент кафедры туризма, менеджмента
и социокультурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

А. С. Заславская,

*магистрант 3 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В статье рассмотрены различные направления повышения инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма – драйвера развития любого региона. Изучена роль государства, которое посредством использования механизма государственно-частного партнерства может оказать существенную помощь в развитии инфраструктурной составляющей, что необходимо для развития туристской отрасли.

Ключевые слова: *инвестиционная привлекательность, туристские проекты, государственно-частное партнерство, туристско-рекреационный кластер, специальные инвестиционные контракты, устойчивый туризм, инфраструктура, экосистема.*

Введение. В настоящее время туризм является важным элементом каркаса экономики региона и вместе с тем, сферой с наибольшей конкурентной составляющей. Говоря об инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма, стоит помнить об их прибыльности, возможных рисках и общей стабильности в регионе. Таким образом повышение инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма является стратегической задачей для дестинации. Актуальность данной темы исследования связана с необходимостью развития отрасли в целом, а также обеспечением конкурентных преимуществ для региона.

Целью данного исследования является изучение возможностей повышения инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма на основе изучения теоретических исследований и реализуемых проектов.

Результаты исследования. В основе теорий инвестиционной привлекательности как правило финансовые показатели, например, такие как чистая стоимость, норма доходности, однако для туристской деятельности такие показатели являются недостаточными, так как туристская отрасль зависит от многих нематериальных составляющих, в том числе сезонности или внешних факторов [1, с. 438].

В настоящее время, при изучении инвестиционной привлекательности с точки зрения туризма целесообразно обращать внимание на следующие подходы: кластерный подход М. Портера, где привлекательность проекта оценивается через его интеграцию в туристско-рекреационный кластер; подход вовлечения стейкхолдеров, когда учитываются интересы всех заинтересованных сторон – инвесторов, местных сообществ, органов власти, природной среды и подход устойчивого развития, при котором инвестиционная привлекательность напрямую увязывается с экологической ответственностью, социальным вкладом и качеством корпоративного управления. То есть современный туристский проект отличает высокая рентабельность наряду с социальной, экологической ответственностью и прозрачностью в правовом поле [3, с. 109].

При изучении вопроса повышения инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма необходима системная работа по ряду направлений.

Прежде всего это разработка и формирование гарантий для инвесторов на протяжении всего срока реализации проекта, формирование комфортной регуляторной среды и разработка и внедрение правовых условий для инвестиций.

Особое место здесь занимают механизмы государственно-частного партнерства и концессионные соглашения, касающиеся объектов инфраструктуры, таких как набережные, инженерные сети, транспортные терминалы. В таких проектах риски делятся между государством, в части строительства инфраструктуры и частным инвестором, в части создания и управления объектом.

Стимулирующим фактором повышения инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма является создание и эффективное функционирование территорий опережающего социально-экономического развития и особых экономических зон туристско-рекреационного типа с налоговыми льготами и упрощенными административными процедурами [2, с. 52].

Также эффективным инструментом могут стать индивидуальные договоренности между регионом и крупным инвестором, гарантирующие стабильность условий на долгий срок в обмен на обязательства по созданию объектов и рабочих мест.

Определенное место среди инструментов повышения инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма является создание и развитие туристско-рекреационных кластеров, так как для инвестора инвестиции в изолированный объект являются высокорисковым активом, тогда как инвестиции в объект внутри развивающегося кластера являются стратегически обоснованными. В таких проектах роль государства просматривается в инициирование кластера, разработки его мастер-плана, создание за счет бюджетных средств дорог, коммуникаций, благоустройство общественных пространств, то есть инфраструктуры. Частный инвестор снижает капитальные затраты, так как получает готовый участок с коммуникациями и гарантированный поток посетителей благодаря соседству с другими объектами или аттракциями.

При этом необходимо учитывать, что должно быть детально проработано технико-экономическое обоснование с учетом полного жизненного цикла объекта, маркетинговая стратегия, план операционной деятельности, квалифицированная финансовая модель с анализом чувствительности к ключевым рискам. Также необходимо занимать

активную позицию, то есть искать инвестора, привлекать инвестиции, участвовать в международных инвестиционных форумах.

Среди современных трендов ясно прослеживается ориентация современных туристов, и как следствие инвесторов не на количественные, а на качественные показатели туризма, прежде всего внимание направлено на качество впечатлений. Так, все более становятся популярными премиальные и бутик-отели, тематические парки на основе локального наследия, гастрономические кластеры, спа-курорты, все-сезонные горнолыжные комплексы, экооджи [4, с. 248–249].

Помимо этого, драйвером развития может стать цифровизация, то есть проекты включающие такие цифровые технологии как мобильные гиды с дополненной реальностью, платформы для управления впечатлениями.

Вместе с тем, туризм является высокорисковым направлением, поэтому важнейшая задача той или иной дестинации разделить и минимизировать риски. В части страхования – это содействие в получении страхования политических и форс-мажорных рисков, предоставление государственных гарантий по кредитам для стратегических проектов. В части инфраструктурной устойчивости – это инвестиции в системы энерго- и водоснабжения, а также современные системы оповещения и безопасности.

Успешным примером комплексного подхода в повышении инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма является г. Сочи, где сочетание мегасобытия – Олимпиады-2014, масштабной инфраструктурной подготовки по государственно-частному партнерству, создания особых экономических зон и последующего развития кластера позволило привлечь частные инвестиции.

Выводы. Повышение инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма – это стратегическая, многолетняя работа по системному улучшению всех компонентов инвестиционного климата. При этом важна синергия между государством, частным капиталом и эффективным менеджментом. Будущее принадлежит тем туристским дестинациям, которые смогут предложить инвестору готовую экосистему для создания уникальной туристской ценности в рамках парадигмы устойчивого развития.

Источники и литература

1. Гуськова Н. Д. Инвестиционный менеджмент: учебник / Н. Д. Гуськова, И. Н. Краковская, Ю. Ю. Слушкина, В. И. Маколов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: КНОРУС, 2016. – 438 с.
2. Журова Л. И. Оценка инвестиционной привлекательности российских регионов / Л. И. Журова, Д. Е. Адрианова // Вестн. Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2010. – № 20. – С. 50–58.

3. Киселева О. В. Инвестиционная привлекательность субъектов Российской Федерации: передел потенциала / О. В. Киселева // Сибирский научный вестник. – 2016. – № 3 (25). – С. 109–113.

4. Цехла С. Ю. Концессионные соглашения в обеспечении опережающего развития туристско-рекреационной сферы / С. Ю. Цехла, Н. А. Березина // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2020. – Т. 6, № 4. – С. 244–250.

Гражданско-правовая ответственность турагентств за качество услуг поставщиков: теоретические и практические аспекты риск-менеджмента

М. Е. Чеглазова,

*кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма,
менеджмента и социокультурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

Ю. С. Казутина,

*магистрант I курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

Статья посвящена анализу гражданско-правовой ответственности турагентств за качество услуг, предоставляемых их контрагентами (гостиницами, перевозчиками, экскурсионными бюро). На основе изучения российского законодательства, судебной практики и договорных механизмов выявляются ключевые финансовые, репутационные и операционные риски, возникающие при неисполнении обязательств поставщиками. Авторы систематизируют эффективные инструменты минимизации данных рисков, включая чёткое распределение ответственности в договорах, страхование профессиональной ответственности и внедрение внутренних регламентов контроля качества.

Ключевые слова: турагентство, ответственность, качество услуг, поставщики туристских услуг, риск-менеджмент, договорные отношения, судебная практика, страхование ответственности, защита прав потребителей, гражданско-правовое регулирование.

Введение. В условиях динамичного развития туристской отрасли турагентства выступают ключевыми посредниками между потребителями и поставщиками услуг. Такая роль предопределяет возможную ответственность агентств за соответствие качества услуг ожиданиям клиентов и накладывает необходимость сочетать коммерческие интересы с системой управления рисками. Настоящее исследование рассматривает это взаимодействие как предмет правового и организационного анализа.

На практике турагентства нередко сталкиваются с ситуациями, когда дефекты услуг со стороны поставщиков – гостиниц, перевозчиков и иных контрагентов – приводят к претензиям потребителей и требованиям компенсаций. При отсутствии чётко выстроенных механизмов перераспределения ответственности агентства зачастую вынуждены самостоятельно урегулировать такие претензии, что увеличивает их финансовые и репутационные издержки.

Актуальность статьи обуславливается рядом факторов, связанных с динамичным развитием туристской отрасли, повышением требований к качеству услуг и ростом числа претензий со стороны потребителей.

Цель исследования – проанализировать правовые основы ответственности турагентств за качество услуг поставщиков, систематизацию возникающих рисков и практических механизмов защиты в рамках российского законодательства.

Результаты исследования. Деятельность турагентств в Российской Федерации регламентируется комплексом нормативно-правовых актов. Основу правового регулирования составляют Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». Первый устанавливает общие принципы организации туристской деятельности, а второй определяет права потребителей туруслуг и ответственность исполнителей. Данные законодательные акты создают базовые гарантии защиты интересов клиентов турагентств [5, с. 10].

Специфика нормативного регулирования деятельности турагентств выражается в особых требованиях к оформлению договорных отношений с клиентами. Законодательство обязывает турагентства предоставлять полную и достоверную информацию об условиях путешествия, включая данные о туроператоре [7, с. 170]. Финансовые гарантии обеспечиваются через механизм страхования ответственности туроператора или банковской гарантии. Информационная открытость предполагает обязательное информирование потребителя о существенных

условиях договора, что закреплено в статье 10 Закона РФ «О защите прав потребителей».

Договорные обязательства турагента перед клиентом возникают из условий договора оказания туристических услуг. В соответствии с законодательством РФ, турагент выступает посредником между туристом и поставщиками услуг. Основой для определения ответственности является заключенный между турагентом и потребителем договор. Данный документ устанавливает права и обязанности сторон, а также определяет меры ответственности в случае нарушения условий соглашения [1, с. 117].

Критерии разграничения ответственности между участниками туристского рынка действительно определяются их функциональной ролью в цепочке оказания услуг. Основным фактором выступает наличие и характер прямых обязательств перед потребителем: турагент преимущественно выполняет посреднические функции по информированию и оформлению сделки, тогда как туроператор организует и обеспечивает фактическое оказание услуг поставщиками. Существенное значение имеют также степень контроля над поставщиками, участие в выборе и оплате услуг и распределение обязанностей по оформлению документов, поскольку эти элементы определяют меру ответственности за качество и полноту исполнения. Практическое разграничение ответственности требует анализа реального содержания договорных отношений и поведения сторон, так как формальное наименование роли не всегда соответствует фактическому объему поручаемых функций.

В процессе осуществления турагентской деятельности выделяются несколько ключевых категорий рисков, связанных с некачественными услугами поставщиков. Договорные риски возникают из-за несоблюдения поставщиками условий соглашений, что может привести к срыву туров или ухудшению качества обслуживания. Операционные риски связаны с неэффективным управлением поставщиками и их ресурсами во время предоставления услуг [8, с. 94]. Форс-мажорные риски обусловлены непредвиденными обстоятельствами, такими как природные катаклизмы или политические кризисы, которые влияют на исполнение обязательств. Репутационные угрозы проявляются в ущербе деловой репутации турагентства из-за недовольства клиентов. Одной из важных особенностей сферы оказания услуг является неосвязаемость конечного продукта. Это не материальный товар, который, в случае неисправности, можно вернуть обратно в магазин и качество которого должно быть подтверждено различными гарантиями и сертификатами. Ошибку или недобросовестность исполнителя услуги

нельзя исправить, они необратимы [6, с. 116]. Это подчеркивает уникальность рисков в сфере услуг, где некачественное исполнение может иметь необратимые последствия.

Типичные претензии потребителей в судебных делах к турагентствам связаны с несоответствием условий проживания, транспорта или экскурсий договорным обязательствам. Истцы указывают на факты ненадлежащего предоставления услуг, в том числе отклонение от подтверждённого стандарта проживания, замену транспорта на менее комфортный вариант или отмену экскурсий без надлежащего уведомления. Судебные решения в таких спорах зависят от содержания договора, наличия подтверждающих документов и степени документирования заявленных нарушений.

При разрешении споров о взыскании убытков и компенсации морального вреда суды оценивают наличие причинно-следственной связи между нарушением и понесённым ущербом, а также доказываемый объём материальных потерь. Вопрос о компенсации морального вреда решается с учётом характера пережитых неудобств, длительности нарушений и наличия доказательной базы, при этом размер возмещения определяется на основе принципов справедливости и соразмерности. Судебные позиции также обращают внимание на обстоятельства, смягчающие ответственность турагентства, и на наличие и исполнение обязательств со стороны поставщиков услуг; при этом в практике отмечается влияние проблем со страховой защитой туристов. Наряду с этим ряд застрахованных туристов, пострадавших от тех или иных страховых случаев, не смогли получить страховые суммы от своих страховых компаний, тем самым, снизили спрос на страховые услуги [4, с. 21].

Некачественные услуги поставщиков туристских продуктов приводят к существенным финансовым потерям для турагентств. Эти потери проявляются в виде штрафных санкций, налагаемых контролирующими органами, а также компенсаций, выплачиваемых потребителям по решению суда. Помимо прямых убытков, возникают косвенные издержки, связанные с необходимостью возмещения ущерба клиентам во внесудебном порядке. Такие расходы существенно сокращают рентабельность деятельности турагентств и могут поставить под угрозу их финансовую устойчивость.

Четкое распределение ответственности в договорах с поставщиками является базовым превентивным средством снижения рисков для турагентств. Договорные положения должны однозначно определять, какие обязательства несёт поставщик услуг, какие – турагент и в каких

случаях потребитель вправе предъявлять требования к каждой из сторон. В первую очередь, необходимо закрепить специальный правовой статус агрегаторов в Гражданском кодексе РФ и разработать типовые договорные конструкции, учитывающие специфику их деятельности и разграничивающие ответственность между отелем, агрегатором и потребителем [2, с. 267]. Такая регламентация способствует оперативному урегулированию претензий и уменьшает вероятность перекалывания ответственности на турагентство, не несущего реальной вины.

Специфика договорных условий должна включать чёткие гарантии качества услуг, предусмотренные нормативными критериями и процедурами приёма-передачи услуг. Механизмы возмещения ущерба оформляются через понятные процедуры подачи претензий, сроки рассмотрения, основания для компенсации и формулы расчёта убытков [9, с. 170]. Санкционные положения, такие как штрафы за несоблюдение, удержания и право на одностороннее расторжение, служат стимулом для поставщиков соблюдать качество и сроки. Дополнительно договоры должны предусматривать порядок урегулирования споров и ограничения ответственности, чтобы минимизировать финансовую неопределённость и защитить стабильность деятельности турагентства.

Страхование профессиональной ответственности выступает финансовым инструментом защиты турагентств от претензий клиентов, обеспечивая выплату возмещения при наступлении застрахованных рисков [10, с. 2717]. Полисы покрывают, как правило, расходы на возмещение убытков и юридические издержки, что снижает непосредственное финансовое бремя агентства и способствует сохранению операционной устойчивости. Наличие страховой защиты дополняет договорные механизмы распределения риска и является элементом комплексной системы управления рисками, одновременно влияя на репутационные и финансовые последствия инцидентов качества услуг поставщиков. Эффективность такого инструмента зависит от условий полиса, лимитов ответственности, исключений и процедур урегулирования убытков, поэтому выбор и сопровождение страховых программ должны соответствовать профилю деятельности агентства и характеру взаимодействия с поставщиками.

Разработка внутренних регламентов оценки поставщиков и регулярного аудита качества услуг является ключевым элементом системы управления рисками в турагентстве. Данные процедуры позволяют формализовать критерии отбора и мониторинга партнеров, обеспечивая соответствие предоставляемых услуг ожиданиям потребителей.

Как отмечается в исследованиях, «эффективное функционирование туристического предприятия в современных условиях предполагает адекватное реагирование на изменения ситуации на рынке. Этим и обусловлена необходимость создания системы управления качеством услуг на турфирме, основной целью которой является выявление требований потребителей и оценка степени соответствия качества туристического продукта этим требованиям» [3, с. 121]. Внедрение таких регламентов способствует минимизации рисков, связанных с ненадлежащим исполнением обязательств поставщиками.

Выводы. В рамках российского законодательства ответственность турагентств за качество услуг поставщиков четко регламентирована комплексом нормативно-правовых актов. Данные положения устанавливают обязанности турагентств перед потребителями и механизмы распределения ответственности между участниками туристической цепочки. Законодательная база предусматривает разграничение ответственности между турагентом и туроператором, что является основой для понимания их правового статуса. Таким образом, правовые нормы создают фундамент для регулирования отношений в сфере туризма.

Анализ выявленных рисков показал, что несоответствие качества услуг поставщиков может привести к значительным финансовым потерям для турагентств, а также нанести ущерб их репутации и повлечь юридические издержки. Классификация этих рисков, основанная на изучении судебной практики, демонстрирует их многоаспектный характер. Управление данными рисками требует системного подхода, учитывающего как правовые, так и коммерческие аспекты деятельности турагентств.

Для минимизации выявленных рисков предложены эффективные механизмы защиты, включающие договорные конструкции с четким распределением обязательств между турагентом и поставщиками. Страхование ответственности выступает важным инструментом финансовой защиты, позволяющим компенсировать возможные убытки. Кроме того, внедрение внутренних процедур контроля качества и отбора поставщиков способствует проактивному управлению рисками и повышению надежности туристских услуг.

Разработанные рекомендации направлены на минимизацию рисков и укрепление стабильности туристического рынка в условиях эволюции правового поля. Они обеспечивают защиту интересов потребителей за счет четкого распределения ответственности и внедрения защитных механизмов. Это способствует устойчивому развитию отрасли и повышению доверия к туристическим услугам в целом.

Источники и литература

1. Абузова К. А. Риски и возможности для бизнеса при внедрении климатических проектов / К. А. Абузова, А. М. Погорельий // Вопросы экономики и права. – 2025. – № 5. – С. 113–117.
2. Андриякин Д. Д. Проблемы правового регулирования договорных отношений с участием агрегаторов информации об услугах отелей / Д. Д. Андриякин // Сборник докладов международной конференции «Весенние дни науки ИнЭУ». – Екатеринбург, 2025. – С. 266–268.
3. Гонтарь Т. Н. Построение системы качества предоставления услуг на предприятиях туристической сферы / Т. Н. Гонтарь // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2009. – № 2. – С. 121–126.
4. Зобов Е. В. Страхование туристских рисков в России / Е. В. Зобов, Л. А. Яковлева, А. Ю. Шевяков // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – № 5. – С. 17–24.
5. Золотовский В. А. Правовое регулирование в сфере туризма / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовский. – Москва: Юрайт, 2017. – 238 с.
6. Иванюк О. С. Претензионный порядок урегулирования спора, как обязательное условие защиты прав потребителей в сфере туристических услуг / О. С. Иванюк // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и Право. – 2023. – № 7. – С. 115–118.
7. Каримова С. М. Состояние защиты прав потребителей в современной России / С. М. Каримова // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2023. – № 7. – С. 170–173.
8. Лебедев К. А. Развитие глобальных туристских брендов в современных условиях / К. А. Лебедев, Г. Ф. Красноженова, Н. Б. Ляхова // Управленческий учет. – 2022. – № 12. – С. 93–97.
9. Печерица Е. В. Противодействие легализации (отмыванию) доходов в туризме / Е. В. Печерица, А. В. Шабанова, Н. В. Шехова // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2025. – № 2. – С. 169–178.
10. Харченко Д. Е. Импортзамещение цифровых технологий в туристическом бизнесе в эпоху экономических трансформаций / Д. Е. Харченко, С. А. Лебедева // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – № 4. – С. 2717–2730.

Стратегическое позиционирование региона в туриндустрии: роль брендинга в формировании конкурентных преимуществ

М. Е. Чеглазова,

*кандидат географических наук, доцент,
доцент кафедры туризма, менеджмента и социокультурной деятельности
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В. С. Козлов,

*магистрант I курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

В условиях, когда туристический рынок борется за внимание туристов, их эмоции и лояльность территориальный брендинг становится стратегическим инструментом управления репутацией, формированием идентичности и стимулирования социально-экономического развития. В данной статье рассматривается потенциал брендинга как механизма повышения туристической привлекательности, укрепления узнаваемости и расширения аудитории через создание целостного, аутентичного и эмоционально насыщенного образа территории.

Ключевые слова: *территориальный брендинг, туристический имидж, региональная конкурентоспособность, Республика Крым, уникальное торговое предложение (УТП), туристический поток, событийный маркетинг, стратегия продвижения, российские регионы, аутентичность.*

Введение. Туризм сегодня – это не только отрасль экономики, но и мощный инструмент формирования имиджа региона, его культурной самобытности и конкурентоспособности. На фоне насыщения рынка стандартными предложениями (пляжный отдых, экскурсии, отели) решающее значение приобретает способность территории предложить путешественнику не просто услугу, а уникальный запоминающийся опыт и достоверный образ. Именно эту функцию выполняет туристский бренд.

Целью настоящей работы является анализ брендинга как стратегического ресурса продвижения территорий, выявление ключевых этапов его реализации и факторов, обеспечивающих устойчивость в долгосрочной перспективе. Особое внимание уделено практикам российских регионов и их применимости к специфике Республики Крым.

Результаты исследования. Комплексный, основанный на аутентичности и реальных действиях брендинг способен генерировать измеримые экономические и социальные эффекты. Далее рассмотрим типологию и структуру туристского брендинга. Современный подход к территориальному брендингу выделяет несколько ключевых направлений, отражающих масштаб и фокус продвижения.

1. Национальный брендинг – формирование имиджа страны как туристического направления.

2. Региональный и городской брендинг – создание образа субъекта РФ или населённого пункта. Так, Санкт-Петербург позиционируется как «Культурная столица России», что подчёркивает его историко-художественное наследие.

3. Тематический брендинг – акцент на одном типе туризма: «Золотое кольцо России» – пример культурно-исторического маршрута с чёткой идентичностью.

4. Событийный брендинг – использование масштабных мероприятий для привлечения внимания. Чемпионат мира по футболу 2018 года стал важным импульсом для переосмысления образа России за рубежом.

5. Цифровой брендинг – формирование имиджа через онлайн-платформы, социальные сети и цифровые нарративы, особенно востребованные среди молодёжи.

Согласно С. Анхольту, территориальный брендинг – это не реклама, а управление репутацией места [5]. Это означает, что успех бренда зависит не от красоты слогана, а от соответствия между обещанием и реальностью.

Далее рассмотрим этапы создания туристского бренда. Так, эффективный брендинг – это многоэтапный процесс, включающий:

1) диагностику территории – анализ ресурсов, слабых сторон, конкурентного окружения и восприятия у аудитории. Например, в Татарстане до запуска бренда «Татарстан – душа России» проводились масштабные опросы туристов;

2) формирование уникального торгового предложения (УТП) – определение того, что делает регион неповторимым. Калининградская область использует географическую и архитектурную специфику, позиционируя себя как «Европу в России»;

3) разработку вербально-визуальной идентичности – создание слогана, логотипа, тональности коммуникации. Слоган Алтайского края «Здоровье природы» органично отражает его экологический капитал;

4) комплексное продвижение – через цифровые каналы, участие в выставках, сотрудничество с блогерами. Кампания «Discover Siberia» активно использует социальные сети для охвата молодёжи;

5) инфраструктурное сопровождение – модернизация транспорта, сервиса, навигации. После ЧМ-2018 в Сочи были обновлены не только стадионы, но и туристические маршруты;

6) оценку эффективности – мониторинг турпотока, узнаваемости, уровня удовлетворённости. В Башкортостане ежегодно проводится анализ бренда «Башкортостан – сердце Евразии».

Важно подчеркнуть, что рост туристской активности может быть обусловлен не только брендингом, но и сопутствующими факторами – улучшением логистики, макроэкономической стабильностью, геополитической ситуацией. Поэтому объективная оценка требует комплексного подхода.

К наиболее эффективным российским кейсам брендинга можно отнести следующие примеры. Республика Татарстан демонстрирует, как интеграция культурной политики, событийного маркетинга и гастрономии формирует устойчивый образ. Бренд «Татарстан – душа России», запущенный в 2010-х, опирается на восстановление Казанского Кремля и Раифского монастыря, проведение Универсиады-2013 и Кубка конфедераций FIFA 2017, продвижение национальной кухни как туристического продукта. По данным Ростуризма, в 2023 году регион посетили более 4,2 млн туристов (+18% по отношению к 2022 г.), а в 2024 году вошёл в топ-3 самых посещаемых субъектов РФ [3].

Калужская область, в свою очередь, делает ставку на экономическое позиционирование. Бренд «Российский автомобильный кластер» отражает реальную специализацию региона, где расположены заводы Volkswagen, BMW и других автопроизводителей. По итогам 2023 года область девятый год подряд возглавляла Национальный рейтинг инвестиционного климата (АСИ) [4].

Согласно исследованию РИА Рейтинг (2023), регионы с чётко сформулированным брендом демонстрируют на 30–40% более высокие темпы роста туристического потока и на 15–25% больше инвестиций по сравнению с аналогичными территориями без бренда. Кроме того, отмечается рост локальной идентичности и снижение молодёжного оттока [2].

Республика Крым обладает уникальным природно-культурным потенциалом: горно-морской ландшафт, древние поселения (Херсонес, Бахчисарай), многонациональная культура, винодельческие традиции. Однако его имидж остаётся фрагментарным и часто сводится к пляжному отдыху.

Анализ успешных кейсов позволяет предложить для Крыма стратегию, основанную на аутентичных ресурсах (не «придуманном» образе, а реально существующих ценностях), тематической дифференциации

(гастрономический, историко-археологический, винный, экотуризм), вовлечении местного сообщества как носителя идентичности, цифровом продвижении через сторителлинг и визуальный контент. Особое внимание следует уделить созданию «дат-магнитов» – ежегодных событий, связанных с ключевыми объектами (например, День Херсонеса, Фестиваль крымских вин), что может стать достаточно эффективными инструментами [1].

Выводы. Территориальный брендинг в туризме – это стратегия устойчивого развития, объединяющая экономику, культуру и социальную сферу. Успешные примеры Татарстана, Калужской и Калининградской областей подтверждают, что бренд работает тогда, когда он аутентичен, системен и подкреплён действиями. Для повышения эффективности брендинга в туристических регионах рекомендуется обеспечивать долгосрочную согласованность между имиджем и реальными изменениями на местах, вовлекать местное население в создание и продвижение бренда, использовать цифровые платформы для таргетированного повествования и регулярно оценивать эффективность с помощью количественных и качественных индикаторов. В контексте Республики Крым это означает переход от массового пляжного имиджа к многомерной, культурно насыщенной и эмоционально вовлекающей стратегии, способной конкурировать на российском и международном туристическом рынке.

Источники и литература

1. Усубалиев А. Брендинг территорий в России: проблемы и перспективы / А. Усубалиев // Институт политических исследований при Фонде Т. Усубалиева: [сайт]. – URL: <https://usubaliev-institute.org/2025/01/15/брендинг-территорий-в-россии-тенденции/> (дата обращения: 15.11.2025).
2. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Отчёт о внутреннем туризме в Российской Федерации за 2023 год // Ростуризм: [сайт]. – Москва, 2024. – URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 15.11.2025).
3. Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, 2023 // Агентство стратегических инициатив: [сайт]. – URL: <https://asi.ru/ik> (дата обращения: 10.11.2025).
4. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt– Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. – 256 p.

Стратегические векторы развития туристской дестинации в условиях новых вызовов: анализ ключевых тенденций в Республике Крым

М. Е. Чеглазова,

кандидат географических наук, доцент,

доцент кафедры туризма,

менеджмента и социокультурной деятельности

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Л. О. Шляхова,

магистрант 2 курса направления подготовки «Туризм»

ГБОУ ВО «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Статья посвящена анализу современных тенденций развития туристической отрасли в Республике Крым. Рассмотрены ключевые направления трансформации, включая диверсификацию туристского продукта (оздоровительный, познавательный, со бытийный, экологический туризм), роль цифровизации и инноваций, влияние геополитических и экономических факторов, а также важность устойчивого развития и повышения качества сервиса. Исследование направлено на выявление драйверов роста и факторов, требующих корректировки, для формирования стратегий устойчивого развития туризма в регионе.

Ключевые слова: *Республика Крым, туристские тренды, диверсификация туризма, туристский спрос, санаторно-курортный комплекс, культурно-исторический туризм, событийный туризм, экологический туризм, цифровизация туристической индустрии, устойчивое развитие туризма.*

Введение. Республика Крым, обладая уникальным сочетанием природных красот, богатого историко-культурного наследия и благоприятного климата, всегда привлекала туристов. Однако, как и любая другая территория, регион находится в постоянном динамическом развитии, сталкиваясь с новыми вызовами и возможностями. На сегодняшний день туризм является одной из ключевых отраслей экономики Крыма, определяющей его социально-экономическое развитие. Осознание текущих тенденций и прогнозирование их дальнейшего влияния является критически важным для формирования эффективной стратегии раз-

вития туристической отрасли, повышения ее конкурентоспособности и обеспечения устойчивого роста.

Целью данной статьи является анализ ключевых тенденций, формирующих современный ландшафт туризма в Республике Крым, а также оценка их потенциального влияния на будущее отрасли. Будут рассмотрены как основные драйверы роста, так и факторы, требующие особого внимания и корректировки.

Результаты исследования. Традиционно Крым ассоциируется с пляжным отдыхом, и эта ниша по-прежнему остается доминирующей. По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым, по итогам 2023 года полуостров посетило более 7,5 млн туристов. Это на 17% больше, чем в 2022 году, что свидетельствует о продолжающемся восстановлении и росте туристического потока. За 2024 год турпоток в Крым составил 6 057,9 тыс. туристов, что на 16% выше, чем за 2023 год (см. рисунок).

Однако за этими цифрами скрывается существенная трансформация: туристы становятся более требовательными, ищут не просто отдых, а комплексные впечатления, соответствующие их личным потребностям и интересам. Средняя продолжительность пребывания туристов в Крыму в 2023 году составила около 9,5 дней, демонстрируя стабильность показателя, однако, развитие оздоровительного и познавательного туризма способствует увеличению этого параметра. Средний чек туриста за день пребывания, по оценкам экспертов, составляет около 3000–3500 рублей, что также является ориентиром для оценки экономического эффекта отрасли [1].

Крым обладает уникальными природными ресурсами, которые стали основой для возрождения и модернизации санаторно-курортного комплекса. Ключевым фактором здесь является не только благоприятный климат, но и наличие лечебных грязей Сакского и Чокракского озер, минеральных вод, а также соляных озер. Такие объекты, как санаторий «Юбилейный» в Евпатории или санаторий «Мисхор» на Южном берегу Крыма, активно инвестируют в обновление медицинской базы. В 2023 году загрузка санаторно-курортных учреждений Крыма в среднем составила 78%, что на 10% выше показателя предыдущего года, с пиками загрузки в летние месяцы и в межсезонье за счет оздоровительных программ. Растет спрос на реабилитацию после перенесенных заболеваний, в том числе и на фоне постковидного синдрома. Сегмент медицинского туризма, по оценкам экспертов, ежегодно демонстрирует прирост в 10–15%, привлекая как россиян, так и, при наличии соответствующих условий, зарубежных гостей [3].

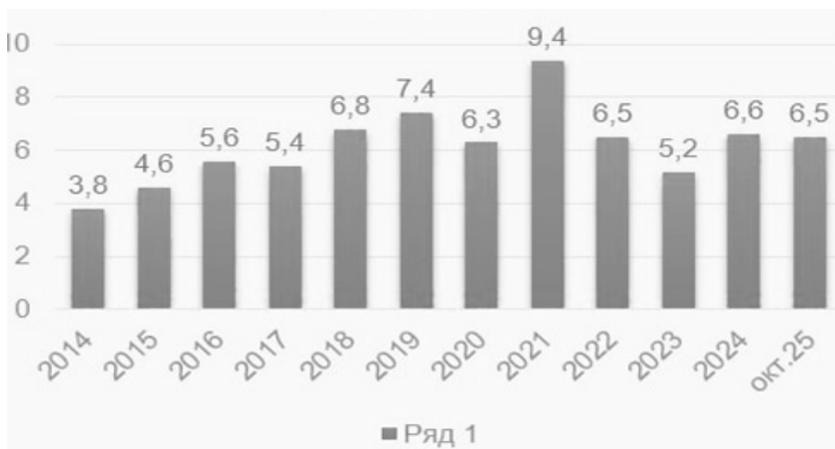


Рисунок – Динамика посещения туристами Республики Крым, 2014–2025 гг.

Богатейшее историческое наследие Крыма – от античных полисов до советского прошлого – становится мощным магнитом для любознательных туристов. Популярность таких объектов, как Херсонес Таврический (Севастополь), включенный в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, и Генуэзская крепость (Судак), постоянно растет. Число посетителей главной экспозиции Херсонеса только за 2023 год превысило 1,2 млн человек. Важным трендом является внедрение интерактивных технологий. Например, в Бахчисарайском дворце активно развиваются мультимедийные экскурсии, а в Воронцовском дворце (Алупка) появляются AR-элементы, позволяющие «оживить» историю. Федеральные программы поддержки, направленные на создание новых туристических маршрутов, также способствуют развитию этого направления.

Развитие событийного туризма является стратегическим направлением для снижения сезонности и увеличения среднего времени пребывания туристов. По оценкам Минкурортов Крыма, количество проводимых в регионе фестивалей и мероприятий за последние три года увеличилось на 25%. Среди них: музыкальные фестивали: «Крымская весна», «Балаклавские каникулы», «Генуэзские каникулы» (Судак).

Гастрономические фестивали: «Виноград» (Симферопольский район), фестивали вина в Массандре и Новом Свете. Ежегодные фестивали, посвященные средневековой истории, проходят у стен крепостей и на исторических полигонах, привлекая десятки тысяч посетителей.

Проведение форумов, таких как «Таврида.АРТ», способствует привлечению не только туристов, но и потенциальных инвесторов. В 2023 году форум собрал более 50 000 участников. Эти события не только напрямую привлекают туристов, но и способствуют формированию позитивного имиджа Крыма как динамично развивающегося региона.

С ростом осознанности у путешественников повышается интерес к экологически чистому отдыху и аутентичным впечатлениям. Развиваются пешеходные и конные маршруты по Крымским горам (например, Большой Каньон Крыма, тропа Голицына в Новом Свете), морские прогулки с наблюдением за дельфинами. Число запросов на туры, связанные с эко- и агротуризмом, по данным региональных туроператоров, выросло на 20% за последние два года. Такие инициативы, как «Крымские сезоны» (проект, поддерживающий развитие агротуризма) или создание экоотелей, отвечают этому запросу. Туристы готовы платить за возможность прикоснуться к природе, попробовать местные продукты, познакомиться с традиционным укладом жизни.

Цифровизация – необходимость для конкурентоспособности туризма в Крыму. Доля онлайн-бронирований превышает 60%. Объекты размещения активно интегрируются в крупные онлайн-агрегаторы (Ostrovok.ru, Tutu.ru, Travelata.ru) и развивают собственные системы. Мобильные приложения, например, «Путеводитель по Крыму», предоставляют туристам актуальную информацию в реальном времени. Перспективно внедрение VR/AR технологий: в Ливадийском дворце уже применяются AR-решения для оживления исторических сцен. Музеи и заповедники разрабатывают виртуальные туры для привлечения аудитории. Активное использование соцсетей и создание качественного контента играют ключевую роль в продвижении [3].

Внешняя геополитическая ситуация и экономическая конъюнктура оказывают существенное влияние на турпоток в Крым. В 2023 году доля внутреннего туризма достигла более 95%. Приоритетом становится развитие транспортной доступности, включая скоростные поезда и комфортные маршруты. Средняя стоимость койко-дня в гостиницах Крыма в 2023 году, по данным Росстата, составляла 2800–3200 рублей, что обеспечивает конкурентоспособность региона [2]. Для реализации масштабных проектов по развитию курортной инфраструктуры необходимы значительные инвестиции. Государственная поддержка, в том числе через национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», является ключевым фактором. Успешным примером государственно-частного партнерства служит развитие комплекса «Таврида.АРТ».

Выводы. Туризм в Крыму трансформируется: переход от пляжного отдыха к многогранному, сегментированному и устойчивому развитию. Диверсификация (медицинский, познавательный, событийный, эко-, агротуризм) и цифровизация формируют основу роста. Несмотря на вызовы (геополитика, инвестиции), потенциал Крыма огромен. Дальнейший успех зависит от адаптации к рынку, повышения качества сервиса, сохранения наследия и развития человеческого капитала. Стратегическое планирование укрепит позиции Крыма как лидера внутреннего туризма.

Источники и литература

1. Иванов А. П. Современные тенденции развития санаторно-курортного комплекса Крыма / А. П. Иванов // Вестник научных исследований в туризме. – 2023. – № 3 (15). – С. 45–58.
2. Паранина Т. О. Современное состояние индустрии гостеприимства и туризма в Республике Крым и перспективы ее развития на 2023 год / Т. О. Паранина // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 4. – С. 386–389.
3. Петрова Е. С. Цифровизация туристических услуг как фактор повышения конкурентоспособности региона (на примере Республики Крым) / Е. С. Петрова, В. М. Сидоров // Экономика и управление. – 2023. – № 1 (87). – С. 72–85.

Культурно-исторический потенциал Северо-Западного федерального округа Российской Федерации как ресурсная база для развития событийного туризма

К. П. Шепаревич,

*магистрант 1 курса направления подготовки «Туризм»
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»*

*В. В. Верна – научный руководитель,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма, менеджмента и
социально-культурной деятельности*

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

В статье анализируется роль культурно-исторического потенциала Северо-Западного федерального округа как основы для развития событийного туризма. Рассматривается, как историческое наследие, традиции и культурные объекты региона трансформируются в содержание туристических событий, а также выявляются ключевые проблемы и перспективы их эффективного использования.

Ключевые слова: *событийный туризм, культурно-исторический потенциал, регион, туристские ресурсы, культурное наследие.*

Введение. Северо-Западный федеральный округ (далее СЗФО) Российской Федерации является лидером по уровню и темпам развития событийного туризма в России, чему, в том числе, способствует богатое историко-культурное наследие 11 субъектов данного макрорегиона, большое число различных в своей направленности достопримечательностей и объектов, имеющих крайне высокое культурно-историческое и туристское значение и располагающихся на его территории, множество музеев, крепостей и театров, с насыщенной культурной программой, а также уникальные традиции и культура коренных народов «Русского Севера» и многое иное [3, с. 796].

Однако все перечисленные выше разнообразные туристические ресурсы являются не просто автономными социокультурными феноменами, а скорее важными составляющими культурно-исторического потенциала СЗФО, на основании использования которого, сейчас

создаются и реализуются различные массовые культурно-досуговые и иные мероприятия, такие как выставки, ярмарки, народные и традиционные празднества, концерты, конференции, и другие события, привлекающие туристов в этот макрорегион, и являющиеся основной ресурсной базой для формирования туров в рамках событийного туризма [5; 6].

Следует также отметить, что на сегодняшний день взаимосвязь между культурно-историческим потенциалом региона, понимаемым как совокупность объектов и явлений, содержащих объекты культурного или исторического наследия, и уровнем развития событийного туризма, представляющего собой особое туристическое направление, основанное на организованном посещении туристами массовых мероприятий и фестивалей, остаётся недостаточно изученной и привлекает недостаточно внимания ученых.

Цель исследования – изучение культурно-исторического потенциала Северо-Западного федерального округа Российской Федерации как ресурсной базы для развития событийного туризма.

Результаты исследования. Северо-Западный федеральный округ занимает особое место на туристической карте России. Расположенный на стыке Европы и Русского Севера, он обладает уникальным культурно-историческим наследием, сформировавшимся на протяжении более чем тысячелетней истории. Этот богатейший потенциал становится всё более востребованным не только в классическом культурно-познавательном туризме, но и в таком динамичном направлении, как событийный туризм — сфера, основанная на организации посещения туристами фестивалей, выставок, исторических реконструкций, театральных и музыкальных мероприятий, ярмарок и других массовых событий [4, с. 82]. В данном контексте культурно-историческое наследие СЗФО выступает не просто как объект показа, а как ресурсная база, формирующая содержание, идентичность и привлекательность событийных продуктов.

Культурно-исторический потенциал Северо-Запада многогранен. Его ядро – Санкт-Петербург, включённый в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, – является не только символом имперской эпохи, но и крупнейшим центром событийной активности в России. Здесь ежегодно проходят такие знаковые мероприятия, как «Белые ночи», фестиваль «Звёзды белых ночей», «Дворцовая площадь – открытое пространство», «Алые паруса», Международный экономический форум, фестиваль уличных театров «Площадь искусств» и десятки тематических выставок в Эрмитаже, Русском музее и других учреждениях. Все

эти события органично включены в историко-архитектурную палитру города, укрепляя его имидж «культурной столицы» и привлекая сотни тысяч туристов.

Не менее значим вклад Новгородской и Псковской областей – древнейших центров русской государственности. Великий Новгород с его детинцем, Софийским собором и Юрьевым монастырем регулярно становится площадкой для проведения исторических фестивалей, таких как «Великий Новгород – колыбель Руси», «Славянский базар» или реконструкции средневековых турниров. Псков, в свою очередь, известен фестивалями духовной музыки, театральными проектами в стенах крепости и мероприятиями, посвященными Дню города и памяти святых. Эти мероприятия не только популяризуют историческое наследие, но и способствуют его сохранению за счёт привлечения местного сообщества и туристов.

Особую нишу занимает Республика Карелия, где культурно-исторический потенциал тесно переплетается с природным. Кижский – шедевр деревянного зодчества, также внесённый в список ЮНЕСКО, – служит фоном для фестиваля народной культуры «Кижская гавань», который объединяет ремёсла, музыку, танцы и традиционную кухню северных народов. Подобные мероприятия формируют уникальный опыт «погружения» в культуру, что особенно востребовано в современном экотуризме и этнотуризме.

В свою очередь, Калининградская область, обладающая европейским культурным кодом, использует своё наследие – крепости, кафедральный собор, немецкую архитектуру – для проведения международных мероприятий: фестиваля «Амберфест», «Калининградского форума культур», джазовых фестивалей и кинофестивалей. Здесь событийный туризм становится мостом между российской и европейской культурой, привлекая как внутренних, так и зарубежных туристов.

Одной из составляющих культурно-исторического потенциала СЗФО, которая активно используется при создании событийных туров в современных условиях, являются выставки и мастер-классы, проходящие на территории более чем 500 музеев, расположенных в регионе и посвящённых различным элементам культурного и исторического наследия как России в целом, так и городов региона и коренных народов «Русского Севера». В качестве примера приведем новогодний мастер-класс по росписи матрёшек в музее прикладного искусства народов России «Изба-Забава», расположенном в столице округа – Санкт-Петербурге, или художественная выставка «Многоликий Пушкин», посвящённая различным портретам великого русского писателя

и поэта, которая проходит в «Музее изобразительных искусств Республики Карелия», в городе Петрозаводске.

Также значительным спросом среди туристов пользуются событийные туры, включающие в себя посещение мест и мероприятий где отмечаются традиционные народные праздники, такие как «Масленица» или «Новый год», например, рождественской ярмарки на «Московской» площади и новогоднего базара в «Доме ленинградской торговли» расположенных в Санкт-Петербурге или торговых ярмарок проходящих в каждый из упомянутых выше праздников, на «Рыночной» площади, в городе Выборге, в Ленинградской области и в городе Новгороде, в Новгородской области [7].

Не меньшее число внимания привлекают к себе различные культурно-исторические фестивали, посвящённые богатой и интересной истории данного округа и часто проводимые на территории музеев-заповедников и крепостей, такие как проходивший в «Выборгском замке» (август 2025 г.), фестиваль исторической реконструкции «Средневековые дни в Выборге» или летний фестиваль музыки, военно-исторической реконструкции и этномоды «Небо славян», который был организован (август 2025 г.), на территории историко-патриотического комплекса «Застава князей Белозерских», расположенного в Кирилловском районе Вологодской области.

Не стоит забывать об уникальных концертах, спектаклях и иных театральных постановках, проходящих каждый год в различных театрах, расположенных на территории таких субъектов СЗФО, как г. Санкт-Петербург, Республика Карелия и Коми, а также Вологодская, Мурманская, Новгородская, Калининградская и Ленинградская области, и посвящённых известным историческим личностям, танцам и сказкам народов Севера и другим темам, которые привлекают туристов из других городов и также являются ресурсной базой для событийного туризма, как туристического направления и одной из составляющих культурно-исторического потенциала данного макрорегиона.

Отдельно стоит отметить привлекающие туристов традиционные и культурные праздники коренных и малых народов «Русского Севера», таких как чукчи, карелы, эвены, эскимосы, ханты и другие, такие как, например, дни рыбака, оленевода и ворона, сопровождающиеся шаманскими практиками, народными гуляниями и танцами в необычных костюмах, а также «Саамский», «Иванов» и «Ильин» день и межрегиональный традиционный народный праздник «Луд», проводимые на территории таких субъектов СЗФО как Республика Карелия и Коми, а ещё Ямало-Ненецкий автономный округ.

Некоторые событийные туры основаны на посещении мероприятий, проходящих на территории объектов культурного наследия ЮНЕСКО расположенных в СЗФО, таких как «Соловецкая ярмарка ремёсел» и ассамблея творчества «Берег Надежды» на Соловецких островах, или историко-патриотический фестиваль «Подвиг возрождения» в Петергофе.

Ну и немалое значение для развития событийного туризма и роста значимости современного культурно-исторического потенциала Северо-Западного федерального округа, играют крупные туристические выставки, такие как, например, международная туристическая выставка-форум «Интермаркет» в Санкт-Петербурге или «Murmansk. Travel Market» в городе Мурманске, которые демонстрируют туристам не только доступные туры, маршруты и экскурсии по более чем 10 тысячам культурно-исторических объектов и достопримечательностей региона, но и культурное и историческое наследие, входящих в его состав народов 11 региональных субъектов [1].

Таким образом, культурно-исторический потенциал Северо-Западного федерального округа не только крайне велик и богат, но ещё не до конца освоен, поскольку включает в себя множество разнообразных объектов и ресурсов, на основании использования которых сегодня создаются и реализуются различные культурно-массовые мероприятия, такие как ярмарки, фестивали, выставки и т.д., которые в свою очередь, являются ресурсной базой и основой для разработки и формирования туроператорскими фирмами СЗФО («Большая страна», «Мир путешествий», «Альфатур», «Севертур» и др.), многочисленных и уникальных событийных туров и экскурсий, которые сейчас достаточно однотипны и очень слабо используют весь возможный культурно-исторический и связанный с ним событийный потенциал, данного региона.

Для установления зависимости между величиной культурно-исторического потенциала и уровнем развития событийного туризма в регионах РФ проведем статистический анализ освоения культурно-исторического потенциала и уровня развития событийного туризма в Ленинградской области и Ненецкого автономного округа.

Так, по состоянию на 2025 год в Ленинградской области находится более 5 тысяч культурно-исторических достопримечательностей, на базе использования которых проходит около 370 событийных мероприятий в год, привлекающих всего около миллиона посетителей, что вывело её на первое место по России по уровню развития событийного туризма, тем временем как в НАО располагается всего лишь 341 объект культурно-исторического наследия, составляющий потенциал

его территории, и проводится не более ста малоизвестных мероприятий в год, что привлекают менее двух тысяч туристов [2]. Это указывает на наличие прямой связи между степенью освоения территории и объёмом культурно-исторического потенциала регионов округа и уровнем развития и разнообразия предлагаемых туруслуг в сфере событийного туризма.

Однако, несмотря на богатство ресурсов, их использование в событийном туризме сопряжено с рядом трудностей. Во-первых, неравномерное распределение событийной активности: основной поток мероприятий сосредоточен в Санкт-Петербурге и крупных городах, в то время как потенциал малых городов и сельских территорий остаётся невостребованным. Во-вторых, недостаточная интеграция культурных объектов в событийные маршруты – многие фестивали проходят изолированно, без связи с музеями, усадьбами или историческими ландшафтами. В-третьих, слабая координация между органами власти, учреждениями культуры и туристическим бизнесом, что затрудняет создание комплексных продуктов и их продвижение на внешних рынках.

Тем не менее в последние годы наблюдается положительная динамика. В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в СЗФО активно развиваются туристско-рекреационные кластеры, в том числе культурно-исторические. Создаются единые бренды регионов («Золотое кольцо Северо-Запада», «Русский Север», «Янтарный край»), разрабатываются тематические маршруты, внедряются цифровые гиды и интерактивные форматы. Особенно перспективным направлением становится историко-реконструкционный туризм, когда события разворачиваются вокруг реальных исторических дат и мест – например, фестивали, посвящённые ледовому побоищу в Псковской области или обороне Выборга.

Культурно-исторический потенциал Северо-Западного федерального округа представляет собой мощную ресурсную базу для развития событийного туризма. Его ценность заключается не только в количестве памятников, но и в их символической насыщенности, способности формировать эмоциональную связь с местом и создавать уникальный туристический опыт. Для максимального раскрытия этого потенциала необходима системная стратегия, включающая в себя: инвентаризацию и цифровизацию объектов культурного наследия; разработку событийных продуктов, органично вписанных в историко-культурный контекст; поддержку инициатив на местах, в том числе в малых городах и сельской местности; подготовку кадров, способных работать

на стыке культуры, истории и туризма; развитие межрегиональных маршрутов внутри СЗФО и за его пределами.

Выводы. Таким образом, культурно-исторический потенциал Северо-Западного федерального округа представлен 8 объектами культурного наследия ЮНЕСКО, более чем десятью тысячами исторических и культурных памятников, 500 музеями, программой театров, а также традициями, праздниками и культурой коренных народов «Русского Севера». Это является ресурсной базой для дальнейшего развития событийного туризма как перспективного туристического направления, стремительно набирающего последние десять лет популярность на территории данного макрорегиона РФ.

Источники и литература

1. Афиша мероприятий в Санкт-Петербурге и Ленинградской области на 2025 год // Афиша: [сайт]. – URL: afisha.ru (дата обращения: 12.10.2025).

2. Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации // Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации: [сайт]. – URL: opendata.mkrf.ru (дата обращения: 11.10.2025).

3. Крылова Е. А. Развитие туризма в Северо-Западном федеральном округе Российской Федерации в условиях меняющейся геополитической обстановки / Е. А. Крылова // Креативная экономика. – 2025. – № 7. – С. 796.

4. Морева С. Н. Событийный туризм как перспективное направление регионального туризма / С. Н. Морева, С. А. Пескова // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 12. – С. 82.

5. Рици В. В. Состояние, проблемы и перспективы развития туристского потенциала Северо-Западного федерального округа / В. В. Рици // Социальная и экономическая география. – 2012. – № 34. – С. 34–38.

6. Скараник С. С. Событийный туризм: современные тенденции и перспективы развития в России / С. С. Скараник, В. В. Верна // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2024. – № 2. – С. 135.

7. Событийные туры по СЗФО // Большая страна: [сайт]. – URL: bolshayastrana.com (дата обращения: 08.10.2025).

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ И ПРИКЛАДНОЙ КУЛЬТУРОЛОГИИ

Н. Р. Аблимичитова

Особенности реализации
национального проекта «Культура» _____ 4

А. А. Везелева

Роль визуального контента в восприятии информации
в историческом контексте _____ 8

Н. Н. Ибрагимов

Роль фундаментальной и прикладной культурологии
в формировании эффективной модели
государственного управления _____ 12

Е. Г. Кокорина

Символическая корреляция
архетипов Пути и Странника _____ 17

А. Д. Кучеренко

Культурная травма как постфеномен
в контексте переходности _____ 20

Чжан Сяочжэнь

Особенности и тенденции современных китайских
и российских исследований даосской эстетики _____ 24

О. П. Шадиева

Динамика семиосферы: факторы влияния _____ 28

И. А. Шонус

Механизмы конструирования
региональной идентичности _____ 32

Ян Юаньшуай

Цифровые методы сохранения культурного наследия
рукотворной бумажной вырезки Шаньдуна _____ 36

СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО И ЕГО МНОГОМЕРНОСТЬ

О. И. Белова

История становления и формирования
жанра мюзик-холл _____ 44

И. Н. Бондаренко

Влияние урбанизации на развитие стиля
экспрессионизм _____ 48

Ю. Х. Бычкова

Феномен лаборатории в художественных практиках ____ 52

Э. С. Кадырова

Специфика дизайна приложений арт-пространств
в условиях реализации проекта «Доступная среда» ____ 57

И. А. Кружилина

Творческий метод Леонида Якобсона: модернизм
и постмодернизма условиях соцреализма _____ 63

Л. Е. Лукьянчикова

Истоки образа Кармена новелле Проспера Мериме:
ключевые характеристики и сюжетные особенности ____ 68

Лю Тяньчэн

От «созерцания» к «погружению»: интерактивность
и многомерное восприятие в цифровом видео-арте ____ 72

М. А. Османова

Синтез театрального и изобразительного искусства
в театральной жизни России начала XX века _____ 75

<i>А. В. Русланов</i>	
Творческое наследие Р. Вагнера и его вклад в развитие оперного искусства _____	80
<i>Се Ситун</i>	
Реконструкция идентичности и культурного влияния школы живописи Линнань в многомерной экосистеме современного искусства _____	87
<i>Сун Тяньянь</i>	
Инновационная коммуникация визуальных элементов в дизайне в цифровую эпоху _____	92
<i>У Хао</i>	
Тактильные иллюзии в постцифровую эпоху: феномен «виртуальной материальности» в современном искусстве _____	95
<i>В. А. Цыганкова</i>	
Светлана Захарова: механизмы интеграции классического наследия в контексте современной танцевальной культуры _____	99
<i>А. В. Яковлева</i>	
Перспективы развития танцевальной импровизации в контексте постмодернизма _____	103

**ПЕДАГОГИКО-ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ
И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ
ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ
СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

<i>Р. О. Богомолова</i>	
Игровые технологии как средство активизации познавательной деятельности учащихся ДМШ _____	108
<i>А. В. Глузман</i>	
Функции музыкального искусства в духовно-нравственном воспитании современной молодежи _____	112

К. С. Гнатенко

Межкультурная коммуникативная компетенция
будущих менеджеров туризма при обучении
иностранному языку _____ 117

С. С. Ильясова

Школьный музыкальный театр как актуальное явление
современной отечественной культуры _____ 122

А. М. Канкошев, Н. В. Бесчастнова, В. И. Власова

Образовательно-воспитательный потенциал
литературы народов Кавказа
в современной российской педагогике _____ 126

Лю Хэнань

Механизмы цифровизации
культурного обучения между Россией и Китаем
в сфере образования _____ 131

В. И. Рашковская

Педагогические тенденции духовно-нравственного
развития личности студентов _____ 134

Д. И. Федина,

Актуальные тенденции в формировании танцевальных
навыков в контексте бальной хореографии _____ 139

Цзоу Сунмин

Расширение прав и возможностей серебряного возраста
и реконструкция цивилизации:
роль образования пожилых людей в формировании
культуры современного общества _____ 143

Чжан Лусинь

Цифровое художественное образование
и культурные инновации: исследование путей
художественной коммуникации
в эпоху технологической интеграции _____ 149

С. П. Шендрикова

Театральное искусство как инструмент формирования
культурной идентичности (на примере Крыма) _____ 152

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ТУРИЗМ, МУЗЕЙНОЕ
И БИБЛИОТЕЧНОЕ ДЕЛО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В. В. Алексеенко

Стратегия совершенствования событийного туризма
как фактор развития индустрии туризма в РФ _____ 158

Н. В. Астахов

Проблемы формирования кадрового потенциала
в туристической индустрии Российской Федерации ____ 162

А. А. Антонова

Туризм: ключевые показатели и тенденции развития __ 167

Баракат Али Гомаа

Разработка программы развития туризма
в малых городах _____ 170

А. В. Быков

Особенности формирования системы развития
персонала на предприятиях туристской индустрии ____ 175

В. В. Верна

Стратегирование развития этнотуризма
в Краснодарском крае Российской Федерации _____ 179

А. Н. Воробьева

Анализ сельских туристических кластеров
в Республике Крым и городе Севастополе _____ 185

Е. Г. Высочанская

Экономический и социальный потенциал
коллективных средств размещения туристской индустрии
в Республике Крым _____ 193

Е. V. Galenko, H. T. Nguyen

The Art of Personalization in the Digital Age:
The Experience of Vladivostok Hotels for Tourists
from Vietnam _____ 198

<i>А. А. Гарипова</i> Социокультурная обусловленность восприятия туристских дестинаций: влияние ценностных ориентаций и культурных кодов _____	202
<i>Д. В. Горохова</i> Современные особенности динамики туристического потока в Крыму _____	206
<i>М. В. Горячих</i> Направления цифровой трансформации в туристской отрасли _____	210
<i>Е. В. Дикаленко</i> Эффективные методы сегментации как инструмент исследования целевой аудитории в туризме _____	214
<i>С. Д. Димитриева</i> Современные особенности туристического рынка России _____	218
<i>Э. Э. Ибрагимов</i> Особенности влияния туризма на социокультурное развитие региона на современном этапе _____	221
<i>Н. А. Илюхина, У. А. Комарова</i> Современные региональные площадки как инструмент популяризации внутреннего туризма _____	226
<i>Н. А. Илюхина, Е. А. Синигаева</i> Анализ федерального и регионального опыта в сфере мероприятий событийной индустрии _____	230
<i>Д. В. Каширина</i> Цифровая грамотность как новая библиотечная услуга: от обучения навыкам до формирования критического мышления _____	237

<i>М. С. Коваль</i> Сущность и значение современных имидж-технологий в туристской индустрии _____	242
<i>В. С. Козлов</i> Брендинг в туризме как средство продвижения территории _____	246
<i>М. А. Мингазиев</i> Совершенствование деятельности туристско-информационных центров в Российской Федерации _____	250
<i>Е. А. Мухина</i> Туристский кластер как инструмент пространственного развития в сельском туризме _____	255
<i>М. С. Некрасова</i> Событийные мероприятия как одна из форм культурных практик добровольчества _____	261
<i>Ю. В. Пичерская</i> Особенности развития туризма на ООПТ Республики Крым _____	265
<i>Д. М. Саруханян</i> Особенности социокультурного развития Крымского региона _____	271
<i>Р. А. Тукаева, Н. В. Виноградова</i> Сохранение преемственности поколений как цель музейной работы _____	279
<i>М. Е. Чеглазова, А. С. Заславская</i> Направления повышения инвестиционной привлекательности проектов в сфере туризма _____	283

М. Е. Чеглазова, Ю. С. Казутина

Гражданско-правовая ответственность турагентств
за качество услуг поставщиков:
теоретические и практические аспекты
риск-менеджмента _____ 287

М. Е. Чеглазова, В. С. Козлов

Стратегическое позиционирование региона
в туристической индустрии: роль брендинга
в формировании конкурентных преимуществ _____ 294

М. Е. Чеглазова, Л. О. Шляхова,

Стратегические векторы развития
туристской дестинации в условиях новых вызовов:
анализ ключевых тенденций в Республике Крым _____ 298

К. П. Шепаревич

Культурно-исторический потенциал Северо-Западного
федерального округа Российской Федерации
как ресурсная база для развития
событийного туризма _____ 303

Научное издание

**ИСКУССТВО И НАУКА
ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ**

Материалы
XIV Международной
научно-творческой конференции
20–21 ноября 2025 г.

Редактор *Г. Н. Гржибовская*
Технический и художественный
редактор *Е. В. Мажарова*
Вёрстка *А. А. Бедлинская*

Подписано в печать 16.02.2026
Формат 60x84 1/16
Усл. печ. л. 18,48
Тираж 30 экз.

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