

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.04.02 –Туризм
Направленность (профиль) образовательной программы – Международный туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

 В.В. Ульянова

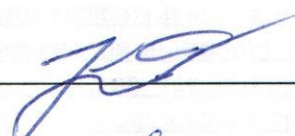
«16»  2025 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Использование средств анимации при проведении экскурсий в рамках литературного туризма в России для иностранных туристов

Исполнитель

студент группы 334-ом



А.В. Ушахин

Руководитель

доцент, к.г.н.



Т.А. Мирошниченко

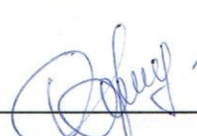
Руководитель

магистерской программы



С.В. Феокистов

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Рецензент



А.В. Плешивцев

Благовещенск 2025

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

В.В. Ульянова

подпись И.О. Фамилия

« 05 » 03 2025 г.

ЗАДАНИЕ

К магистерской диссертации студента Ушахина Андрея Викторовича

1 Тема магистерской диссертации Использование средств анимации при проведении экскурсий в рамках литературного туризма в России для иностранных туристов
(утверждено приказом от 04.03.2025 № 573-уч)

2 Срок сдачи студентом законченной работы 13.06.2025

3 Исходные данные к магистерской диссертации:

Учебная литература, статьи, данные из сети интернет, статистическая информация

4 Содержание магистерской диссертации (перечень подлежащий проработке вопросов):
анализ теоретических основ литературного туризма и анимации в контексте культурного обмена; анализ существующей практики применения анимации в литературном туризме; анализ культурных особенностей иностранных туристов как фактор формирования анимационной программы; разработка и апробация модели использования средств анимации в литературном туризме для иностранных туристов в России; разработка сценариев анимационных программ для конкретных литературных маршрутов в России.

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) 3 рисунка, 8 таблиц

6 Консультанты по магистерской диссертации (с указанием относящихся к ним разделов)
нет

7 Дата выдачи задания 05.03.2025 г.

Руководитель магистерской диссертации Мирошниченко Татьяна Александровна, к.г.н., доцент

Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата):
05.03.2025 г.


(подпись студента)

Ушахин А.В.

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 60 с., 8 таблиц, 3 рисунка, 31 источник.

ТУРИЗМ, ЛИТЕРАТУРНЫЙ ТУРИЗМ, АНИМАЦИЯ, УСЛУГИ, ИНОСТРАННЫЕ ТУРИСТЫ, ЛИТЕРАТУРНЫЕ МАРШРУТЫ

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка с приложениями.

Первая глава посвящена изучению теоретических основ литературного туризма и анимации в контексте культурного обмена, а также рассмотрены методологические основы исследования

Во второй главе проведён анализ существующей практики применения анимации в литературном туризме.

В третьей главе разработана и апробирована модель использования средств анимации в литературном туризме для иностранных туристов в России.

В заключении приводятся итоги исследования и выводы, сделанные по мере написания работы.

Информационной и методологической базой явились федеральные законы в сфере туризма, специальная учебная и научная литература, статьи, интернет-ресурсы.

Работа опирается на законодательство и нормативно-правовые акты Российской Федерации в сфере туризма.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы литературного туризма и анимации в контексте культурного обмена	8
1.1 Основные понятия и классификация туризма, место литературного туризма в классификации	8
1.2 Методология исследования литературного туризма	15
1.3 Анимация как метод повышения привлекательности туристского продукта	19
2 Анализ существующей практики применения анимации в литературном туризме	29
2.1 Анализ существующей практики применения анимации в литературном туризме в мире и в России	29
2.2 Анализ культурных особенностей иностранных туристов как фактор формирования анимационной программы	36
3 Разработка и апробация модели использования средств анимации в литературном туризме для иностранных туристов в России	40
3.1 Разработка модели использования средств анимации в литературном туризме	40
3.2 Разработка сценариев анимационных программ для конкретных литературных маршрутов в России	48
3.3 Апробация и оценка эффективности разработанных анимационных программ	53
Заключение	56
Библиографический список	58

ВВЕДЕНИЕ

Литературный туризм в России, как форма культурного путешествия, представляет собой уникальную возможность для иностранных туристов погрузиться в богатое наследие русской литературы и познакомиться с жизнью и творчеством великих писателей. Однако в последние годы в связи с растущими потребностями туристов, которые хотят получить всё более новые ощущения, в литературном туризме стала возникать потребность в разработке инновационных подходов к организации экскурсионных программ. В этом контексте использование средств анимации становится особенно актуальным, так как оно позволяет сделать экскурсии более интерактивными и увлекательными, а также способствует лучшему восприятию и пониманию литературных произведений.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена растущим интересом иностранных туристов к России как к стране с богатой культурной традицией. Анимация, как средство визуального и эмоционального восприятия, может значительно обогатить экскурсионный опыт, создавая уникальные условия для взаимодействия с литературными произведениями и их контекстом. Несмотря на наличие отдельных исследований, посвященных литературному туризму и анимации, взаимосвязь между ними остается недостаточно изученной, что подчеркивает необходимость глубокого анализа и систематизации данного аспекта.

Научная новизна данного исследования заключается в том, что оно предлагает новые подходы к интеграции анимационных средств в экскурсионные программы, ориентированные на иностранную аудиторию. Исследование направлено на выявление эффективных методов использования анимации для создания увлекательных и познавательных маршрутов, которые будут способствовать лучшему пониманию русской литературы и культуры.

Практическая значимость работы заключается в разработке рекомендаций для туристических компаний и экскурсоводов, которые помогут им внедрить анимационные элементы в свои программы, а также разработать сценарии анимационных программ для имеющихся литературных маршрутов. Это не только

повысит интерес иностранных туристов к литературному туризму в России, но и создаст новые возможности для их культурного обогащения и взаимодействия с русской литературой. Таким образом, данное исследование имеет потенциал для развития как научной, так и практической сферы, способствуя популяризации русской литературы и культуры на международной арене.

Литературный туризм и анимация в России представляют собой два увлекательных направления, которые сливаются воедино, создавая уникальные возможности для путешественников и любителей искусства. Литературный туризм позволяет погрузиться в богатую культурную традицию страны, посетив места, связанные с великими русскими писателями, такими как Лев Толстой, Фёдор Достоевский, Анна Ахматова и многие другие. Эти путешествия открывают двери в мир, где слова оживают, а произведения становятся частью реальности.

В России анимация часто черпает вдохновение из классической литературы, создавая визуальные интерпретации, которые привлекают как детей, так и взрослых.

В данной магистерской диссертации будут рассмотрены теоретические основы литературного туризма и анимации, а также будут проанализированы существующие практики применения анимации в туризме и разработаны и апробированы модели использования средств анимации в литературном туризме для иностранных туристов в России.

Объектом исследования является литературный туризм.

Предмет исследования – возможности и перспективы модели использования средств анимации в литературном туризме для иностранных туристов в России.

Целью магистерской диссертации является исследование возможностей и перспектив развития анимационных программ в литературных маршрутах России.

Для того, чтобы была достигнута поставленная цель, необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы литературного туризма в России;

- рассмотреть анимацию как метод повышения привлекательности туристского продукта;
- проанализировать современное состояние литературного туризма в России;
- проанализировать культурные особенности иностранных туристов как фактор формирования анимационной программы;
- разработать сценарии анимационных программ для конкретных литературных маршрутов в России.

В соответствии с намеченной целью и задачами исследования были определены следующие методы:

- теоретический анализ специальной учебной и научной литературы, статей и интернет-ресурсов по теме исследования;
- апробация результатов исследования;
- практическое моделирование;
- прогнозирование.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЛИТЕРАТУРНОГО ТУРИЗМА И АНИМАЦИИ В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРНОГО ОБМЕНА

1.1 Основные понятия и классификация туризма, место литературного туризма в классификации

В соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция от 30.11.2024) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» мы имеем следующее определение туризма¹.

Туризм – это временные поездки граждан, имеющих российское гражданство, иностранцев и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-восстановительных, познавательных, спортивных, деловых или иных целях без деятельности, связанной с получением определённого дохода или заработка в стране или месте, в котором они временно пребывают.

Туризм подразделяется на внутренний, въездной и выездной.

Из этих трёх разновидностей туризма, международными являются въездной и выездной.

Помимо туристской деятельности, организовываемой туроператорами и турагентами, туристы сами могут организовать для себя туристическую поездку. Такой туризм называется самостоятельным.

Следующим этапом стоит рассмотреть понятие самого туриста в целом.

Турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания².

Проведя анализ мнения исследователя К. Каспара, можно сделать вывод о

¹ Понятия, классификация туризма [Электронный ресурс] // russiatourism.ru: офиц. сайт. URL: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/BOBKOVA_Gosupravlenie%20v%20turizme.pdf (дата обращения: 03.03.2025).

² Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция от 30.11.2024) [Электронный ресурс] // www.consultant.ru: офиц. сайт. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 06.04.2025).

том, что в основе самой системы туризма лежат две соответствующие системы:

- субъект туризма – это человек, который является потребителем туристских услуг с целью удовлетворения своих туристических потребностей;
- объектами туризма в свою очередь являются так называемые элементы туристской индустрии: туристические предприятия, турагентские сети, отели, туристические регионы и т.д. (рисунок 1).

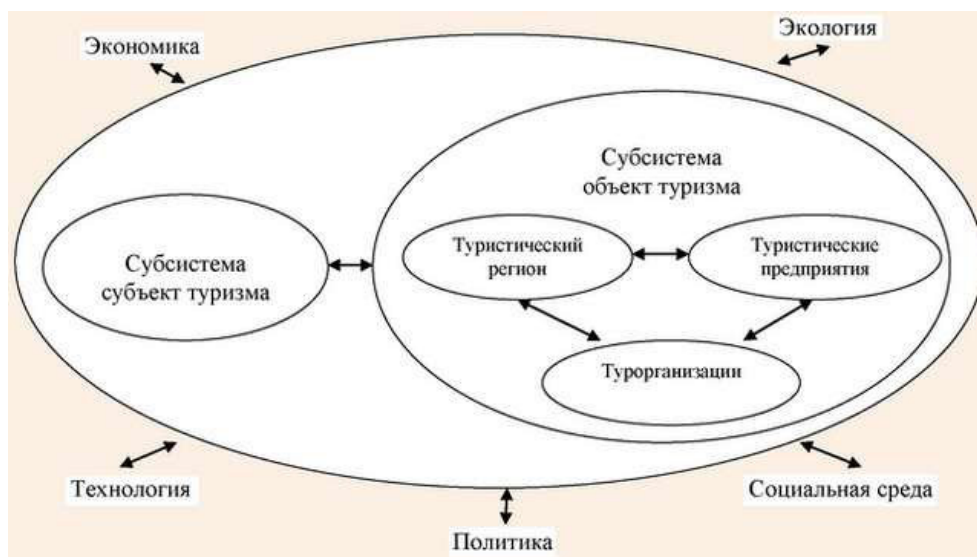


Рисунок 1 – Система туризма по концепции К. Каспара

В настоящее время в туризме существует большое количество его разновидностей. Новые направления появляются всё чаще, а уже существующие комбинируются друг с другом и получается новый вид туризма. Каждый вид туризма имеет свои отличительные признаки, которые делают его в сравнении с другими видами уникальным. Таковыми признаками являются: цель путешествия, способ размещения и передвижения, возрастная и половозрастная категория потенциальных туристов, продолжительность путешествия, характер организации путешествия и т.д.

Рассмотрим по самым главным отличительным признакам, какие же существуют виды туризма.

Для того, чтобы потенциальный турист определился с интересующим его видом туризма, ему необходимо определиться с целью своей поездки. Это мо-

жет быть цель восстановить и улучшить своё здоровье, расширить уровень своего познания и углубить уже имеющиеся знания, проведение деловой поездки в соседнюю страну или же он захочет принять участие в спортивных мероприятиях разного уровня сложности. Таких целей разнообразное количество, отталкиваясь от которых уже можно предложить следующие варианты видов туризма: рекреационный, лечебно-оздоровительный, деловой, спортивный, познавательный. Рассмотрим некоторые из них.

Рекреационный туризм примечателен тем, что позволяет разнообразить свой досуг в месте пребывания и не ограничивает туриста в своих возможностях. Рекреационный туризм позволит охватить охоту, рыбалку, культурно-массовые мероприятия, экскурсии, а также спортивные состязания в качестве наблюдателя с трибун.

Познавательный туризм позволит туристу расширить уровень своего познания, получить новые знания о местах, в которых он пребывает. Познавательный туризм сочетается с рекреационным, поскольку турист будет посещать культурные и исторические места, но при этом получать о них новую для себя информацию.

Лечебно-оздоровительный туризм имеет особое значение для определенной категории граждан и предназначен для тех людей, кто имеет серьёзные проблемы со здоровьем, лечение различного рода заболеваний, реабилитация после травм или перенесённых операций. Такой вид туризма имеет строго одну лечебную функцию.

Если человек развивает свой бизнес или является важным человеком в фирме, то его целью будут деловые поездки, а значит и деловой туризм. Деловой туризм осуществляется как в пределах своей страны, так и за её пределами. Такие поездки включают в себя посещение различных ярмарок, совещаний, бизнес-форумов.

Если с целью поездки турист определился, то он может выбрать для себя также способы передвижения во время туристической поездки. В настоящее время доступный транспорт не ограничивается самолётами и поездами. Для со-

временных туристов доступны пешие маршруты, воздушные (с использованием самолётов, вертолёт, воздушных шаров, дельтапланов), морские (корабли, круизные лайнеры), речные (пароходы и теплоходы), автотуризм (автомобили), железнодорожные, велосипедные, а также смешанные.

Стоит отметить, что каждый вид туризма пользуется спросом в либо в определённый период времени (сезон), либо же круглый год (постоянно). Это связано с особенностями климата в месте, в котором планируется осуществить туристическую поездку. Например, лечебно-оздоровительные туры на Кавказе действуют круглый год из-за мягкого и тёплого климата в местах расположения лечебных санаториев и курортов.

При подборе тура стоит учитывать пожелания туриста. Это касается того, как будет организован тур. Если турист обращается в турфирму, то речь идет об организованном туре. Турист может захотеть отправиться один в поездку, тогда такой тур будет называться индивидуальным, при этом весь тур будут подстраивать под желания клиента. Если он захочет поехать с группой лиц (друзья, родственники), то это уже будет групповой тур. Также турист может отказаться от похода в турфирму и подбора тура, а захочет спланировать и провести свой отдых самостоятельно. Он продумает маршрут поездки, место проживания и т.д., тогда это будет считаться самостоятельным туром, то есть без оказания услуг турфирмами.³

Туризм приобретает значение для развития внешнеэкономического сектора многих стран. Важно учитывать то, насколько часто иностранные туристы приезжают в страну, а также насколько часто граждане собственной страны выезжают с туристическими целями за рубеж. Таким образом, складывается такое понятие как туристские потоки. В мире есть примеры стран, экономика которых в значительной степени зависит от туризма. В основном эти страны представляют небольшие острова-государства, которые находятся посреди океана: Фиджи, Сейшельские острова, Мальдивы, Вануату.

Что касается России, то на сегодняшний момент в ней активно развивает-

³ Боголюбова С.А. Виды и тенденции развития туризма. М., 2021. С. 48.

ся внутренний туризм, как одна из наиболее доступных для россиян разновидностей туризма. Одним из видов туризма, на который следует обратить внимание, является литературный туризм.

В литературном туризме исследуется взаимосвязь между произведениями писателей разных поколений и туристической активностью. Эта взаимосвязь основывается на том, что литературные произведения создают вокруг себя так называемые области привлекательности для туристов, в свою очередь это активно сказывается на стремлении путешествующих людей посетить памятные места, такие как: дома, усадьбы, квартиры, которые связаны с жизнью, бытом и творчеством знаменитых писателей, и места, описанные в литературных произведениях.

Чтобы понять, что из себя представляет литературный туризм, следует учесть различные научные подходы к его трактовкам из российских и зарубежных источников.

В научной статье, посвящённой исследованию литературного туризма как специализированного подвида культурно-познавательного туризма, аспирант НОУ ВПО «Российский новый университет» Силаева Т.А. даёт следующее определение литературному туризму.

Литературный туризм⁴ – это вид культурного туризма, связанный с местами и событиями, описываемыми в литературных произведениях, а также с жизнью авторов этих произведений.

Данный вид туризма может включать следующие маршруты: следование по местам вымышленного героя произведения; посещение места действия произведения; следование по местам жизненного пути автора.

Также в этой статье представлена первая в мире типология видов литературного туризма, которую предложил ещё в 1986 году британский профессор бизнес-школы Стратклайда в Глазго (Шотландия) Батлер Ричард Остин. В 2001 году типология Батлера была дополнена британскими учеными из Плимутского

⁴ Силаева, Т.А. Литературный туризм как специализированный подвида культурно-познавательного туризма / Вестник НОУ ВПО «Российский новый университет». – 2013. – № 2. – С. 203.

университета, а в 2011 – сотрудниками глобальной исследовательской компании Mintel Group. Таким образом, на сегодняшний день можно выделить восемь видов литературного туризма (таблица 1)⁵.

Таблица 1 – Типология видов литературного туризма.

№	Вид литературного туризма	Характеристика
1	Биографический	Посещение мест, связанных с жизнью и творчеством конкретного писателя.
2	Историко-литературный	Посещение исторических достопримечательностей, связанных с эпохой, в которую жил и работал писатель; изучение влияния исторических событий на его творчество.
3	Литературно-географический	Путешествия по местам, где происходят действия романов, рассказов или пьес.
4	Книжный	Участие в литературных фестивалях, посещение выступлений писателей, приобретение книг и специальных изданий.
5	Художественный	Посещение музеев и выставок, где представлены картины, скульптуры или другие формы искусства, основанные на литературных сюжетах.
6	Театральный	Просмотр постановок пьес, опер или балетов, основанных на литературных произведениях; оценка интерпретации режиссерами и актерами классических текстов.
7	<u>Трансмедийный</u>	Посещение выставок, конференций и мастер-классов, посвященных адаптациям литературных произведений в кино, телевидение, видеонгры и другие медиа.
8	Цифровой	Просмотр виртуальных туров по литературным местам, участие в онлайн-дискуссиях о произведениях писателя, доступ к цифровым архивам и коллекциям.

Исходя из выше указанных определений литературного туризма, а также возможных его направлений и видов можно сделать вывод, что литературный туризм лежит в области культурного и культурно-событийного видов туризма в общей системе разновидностей туристской активности.

В современном мире наибольшим успехом у туристов пользуются те места, которые связаны с жизнью и творчеством У. Шекспира – театр «Глобус» в Лондоне. Других туристов привлекают литературные достопримечательности Парижа, такие как кафе «Два Маго». В своё время его посещали знаменитые

⁵ Лекция 6. Туристская индустрия / Интуит. Национальный открытый университет [сайт]. – URL: https://intuit.ru/studies/professional_skill_improvements/19948/ (дата обращения: 05.02.2025).

американские писатели Э. Хемингуэй и Ф. Фицджеральд. В США значительный интерес вызывает путешествие по реке Миссисипи, посещение городов и мест, связанных с М. Твеном.

Россия, как страна, имеющая богатое культурное литературное наследие, наряду с европейскими государствами и США обладает достаточным потенциалом для дальнейшего развития литературного туризма. В структуре литературно-ресурсного потенциала ведущее место отводится памятным домам-музеям и усадьбам, в которых когда-то жили знаменитые писатели прошлых столетий.

Одним из важных компонентов данного вида туризма являются его литературные туристские ресурсы (рисунок 2).

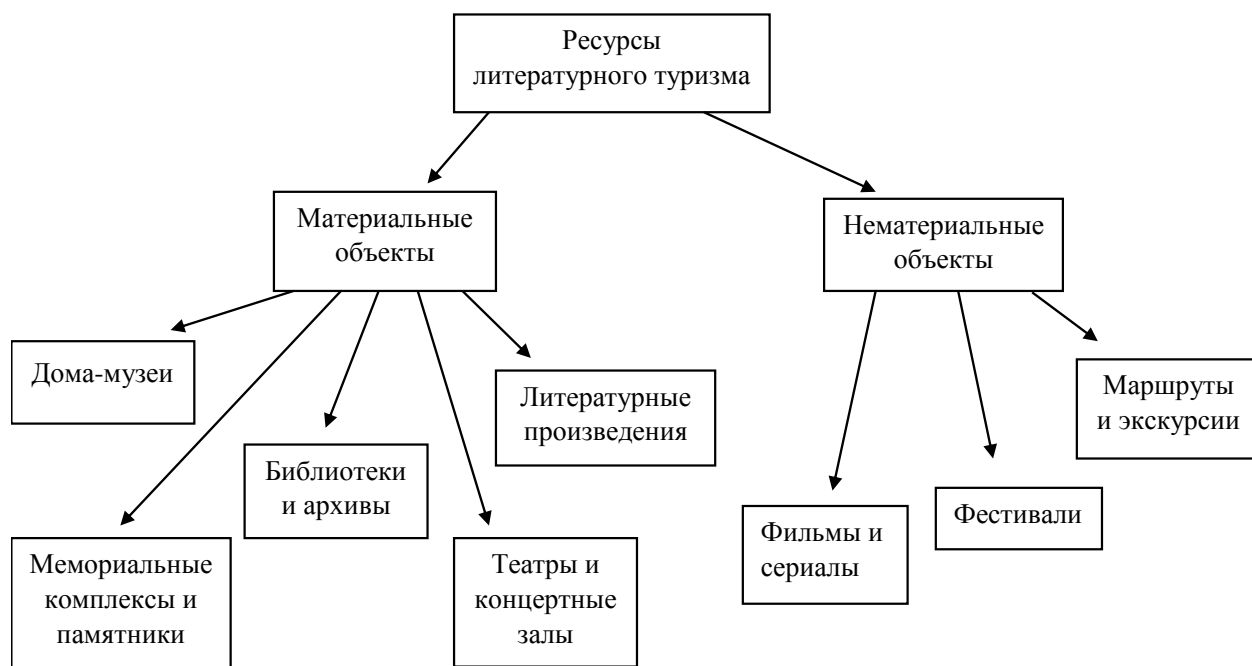


Рисунок 2 – Ресурсы литературного туризма⁶

Литературные туристские ресурсы – это вид биосоциальных ресурсов, которые представляют собой материальные и нематериальные объекты, связанные с жизнью и творчеством выдающихся писателей, поэтов и драматургов, которые привлекают туристов и обогащают их культурный опыт. На основе данного определения и данных статьи «Литературный туризм: систематика и географи-

⁶ Составлено автором на основе: «Литературный туризм: систематика и географические тенденции развития». Гуров С.А., Страчкова Н.В., Алексеенко М.А.

ческие тенденции развития», автором были составлены разновидности ресурсов литературного туризма.

1.2 Методология исследования литературного туризма

Методология (греч. μέθοδος — путь исследования или познания, от μέτα + ὁδός «путь» и от греч. λόγος – слово, мысль, понятие) представляет в общем виде определённую совокупность мировоззренческих положений и принципов, который обуславливают определённую позицию исследователей, а также само научное обоснование методов познания различных явлений и процессов, которые исследуются в рамках объективной действительности⁷. Если говорить другими словами, то методологию можно определить как системы принципов, методов и правил теоретического и практического построения и организации деятельности в сфере науки.

За последние пять лет геополитическая обстановка в мире кардинально менялась из-за различных факторов. Это и пандемия коронавируса, которая нанесла огромный ущерб туристической отрасли во всём мире. Государственные границы стран были закрыты, в связи с чем достаточно большое количество турфирм были закрыты, а сотрудники остались без работы. Пандемия повлияла на вынужденное развитие различных направлений внутреннего туризма, чтобы нивелировать убытки в сфере туризма.

В Российской Федерации литературный туризм имеет в потенциале множество возможностей по развитию данного вида туризма. Это связано прежде всего с богатым культурным наследием наших отечественных писателей и поэтов. Однако наше общество стремительно развивается, происходит процесс цифровизации, даже темп жизни людей значительно ускорился в сравнении, например, с 19-20 веками. Современное поколение предпочитает вместо прочтения книг ознакомиться с их адаптациями, а именно фильмами, сериалами, краткими пересказами, подкастами и т.д. Эти процессы занимают порой гораздо меньше времени, чем прочтение оригинального источника. К тому же стоит

⁷ В.М. Медунецкий, К.В. Силаева Методология научных исследований. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 55 с. Учебное пособие. Дата обращения: 10.04.2025.

учесть тот факт, что в большинстве своём русская литература со своими идеями и заложенными смыслами рассчитана на более взрослую аудиторию. Конечно, в русской литературе существует огромное количество детских произведений, сказок, басен, стихотворений и других форм литературного творчества, но зачастую в своих произведениях авторы 18-20 веков показывали реальную жизнь самых разных слоёв населения тех лет, начиная от крепостных заканчивая дворянством. Такие писатели, как например, Тургенев, Шолохов, Гоголь, Толстой в своих произведениях повествовали о нелёгкой жизни крестьян, простых рабочих того времени, рассказывали об их тяготах и невзгодах, с которыми приходилось каждый день сталкиваться. Немалая важная роль отводится книгам о войнах, особенно во времена существования СССР. Такие авторы как Васильев, Богомолов, Катаев, Твардовский, Симонов сами являлись участниками Великой отечественной войны. На своём пережитом опыте они отразили ужасы военного времени, нелёгких судьбах молодых и самых маленьких солдат, женщинах, которые работали на заводах и кормили семьи, пока их мужья и дети защищали Родину нередко сами шли добровольцами воевать на фронт. Сами произведения очень серьёзные, нередко с депрессивным настроением и порой тяжёлые для восприятия, к тому же многие такие произведения довольно трагически заканчивались, поэтому многим современным людям, далёким от того, что пережили их предки, интереснее и легче читать произведения о фантастике, приключениях, романтике и других жанров.

Исследования зарубежных авторов в области туризма продвинулись гораздо дальше, чем отечественные научные труды. Важно учитывать, что к ним относится и рассматриваемый нами литературный туризм. В частности, в работе С. Чевика из Университета Бандырма Онъеди Эйлул (Турция) рассмотрены научные публикации по литературному туризму, опубликованные в наукометрических базах данных Scopus и Web of Science в период с 1997 по 2016 г., в разрезе туристических дестинаций (Çevik, 2020, p. 9–10). В глобальном разрезе наибольшее количество работ посвящено изучению европейских дестинаций (70 научных статей). На втором месте страны Океании. Их изучению посвящено

19 научных работ. Затем в порядке уменьшения идут азиатские страны и дестинации (17 статей), Америка (16 работ) и страны Африки (5 научных статей)⁸.

Если рассматривать отдельные страны, то больше всего исследований, касающихся литературного туризма, сосредоточено на изучении Великобритании (33 исследования), 12 научных работ за период с 1997 по 2016 посвящено литературному туризму в Австралии, 11 – в США, в Китае, Новой Зеландии и Румынии – по 6, в Ирландии, Франции и Швеции – по 5 научных статей.

Россия как дестинация, подходящая для литературного туризма, рассмотрена только в одной англоязычной работе из данного перечня (Wallace, 2009). Более того, в совместном исследовании британских и американских ученых Россия упоминается как дестинация, подходящая для литературного туризма, получившая данный статус благодаря только А.П. Чехову, Ф.М. Достоевскому, А.С. Пушкину и Л.Н. Толстому (Norpen, Brown, Fyall, 2014, p. 38). Говоря о российских исследованиях литературного туризма, в перечень из 88 научных работ, размещенных в наукометрических базах данных Scopus и Web of Science за период с 1983 по 2019 г. и приведенных в обзорной статье испанских ученых, включен только один научный труд российского автора (Arcos-Pumarola, Marzal, Llonch-Molina, 2020, p. 183–187). Сегодня по запросу «литературный туризм» платформа Google Академия выдает только порядка 20 200 русскоязычных исследовательских работ по данной тематике, в то время как на момент написания данной статьи аналогичный сервис по запросу «literary tourism» выдавал примерно 810 тысяч научных публикаций.

В отечественных научных трудах также нет единого мнения касательно места литературного туризма. Некоторые ученые рассматривают данное направление как часть культурного (Martyanova, Chesnova, 2017) или культурно-познавательного туризма (Kireeva, Frolova, 2016; Ogulnik, Solomina, 2017; Silaeva, 2013; Snegirev, SHerstyankina, Hizhnaya, Bulganina, 2020).

Некоторые авторы полагают, что литературный туризм является частью

⁸ Лебедева С.А. Развитие литературного туризма в России и в мире: обзор научных источников // Креативная экономика. 2023. Том 17. № 8. С. 2909–2936. Дата обращения: 10.04.2025.

образовательного туризма, и рассматривают его как средство развития читательских интересов (Abdullaev, 2017; Koreneva, Hosrovyan, Kobeleva, 2018; Smorodina, 2021; Snegirev, Sherstyankina, Hizhnaya, Bulganina, 2020; Sherstyankina, Bulganina, Bulganina, Pogodina, 2020).

Классификация форм литературного туризма и видов туристических аттракций в отечественных научных исследованиях значительно отличается от зарубежных классификаций и типологий. Например, коллектив ученых из Таврической академии Крымского федерального университета им В.И. Вернадского выделяет только три формы литературного туризма: экскурсионную (экскурсионный литературно-биографический туризм, экскурсионный историко-литературный туризм, экскурсионный литературно-художественный туризм), развлекательную (посещение литературных фестивалей, посещение развлекательных объектов сказочной тематики, реконструкция литературных произведений) и образовательную (открытые уроки в литературных музеях, виртуальные литературные туры, литературные вечера и встречи) (Gurov, Strachkova & Alekseenko, 2018, p. 4–5). Возможные объекты туристского показа эти же авторы делят по двум классификациям. Первая классификация отчасти пересекается с типами литературных туристических дестинаций и включает: объекты показа, связанные с литературными произведениями (города и поселения, выступающие фоном в произведении; здания, прототипы вымышленных мест), и объекты, связанные с жизнью автора.

Согласно второй классификации, все объекты туристического показа можно разделить на природные (геоморфологические, гидрологические, ботанические ресурсы литературного туризма) и антропогенные (литературные музеи, которые, в свою очередь, также делятся на несколько типов, памятники и бюсты) (Gurov, Strachkova, Alekseenko, 2018, p. 6–8).

В России снижение интереса к изучению данного направления можно также объяснить геополитической обстановкой, поставившей на первый план вопросы безопасности страны. Однако развитие различных направлений туристской активности в Российской Федерации, в том числе литературного ту-

ризма на отдельных отечественных дестинациях, может стать в перспективе одним из гарантов региональной и национальной экономической безопасности.

1.3 Анимация как метод повышения привлекательности туристского продукта

Для повышения качества предоставления туристических услуг, многие туроператоры при создании туров делают акцент на внедрение анимационных элементов.

Прежде чем приступить к непосредственному анализу практики применения анимации в литературном туризме в России – следует рассмотреть некоторые наиболее ключевые понятия.

Понятие «анимация» имеет латинское происхождение (*anīta* – ветер, воздух, душа; *animatus* – одушевление) и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность⁹.

Анимация – это особый вид оказываемого сервиса, который направлен на улучшение показателя качества обслуживания клиентов. Анимация выполняет не только функцию развлечения для туристов, но и также является эффективным маркетинговым инструментом, который позволяет туристам получить новые ощущения и захотеть снова воспользоваться анимационными услуг. Это позволяет туристским предприятиям увеличить спрос на анимационные программы и коммерческий доход от оказываемых услуг.

Гостиничная анимация исходя из названия реализуется в средствах размещения (в основном в гостиницах) и является одним из эффективных средств привлечения гостей и туристов в отель.

Туристская анимация – это особый вид туристической услуги, при которой турист посредством вовлечения в процесс, участвует в различных активностях, предложенных анимационной программой. Процесс вовлечения в активности происходит за счёт взаимодействия одного или нескольких аниматоров с участниками процесса, то есть туристами. Активностями могут быть конкурсы,

⁹ Организация анимации в гостеприимстве и туризме: учебно-методическое пособие для вузов / Е.Н. Артемова, О.Г. Владимирова. – Орел: ОрелГТУ, 2010. – 113 с. Дата обращения: 15.04.2025.

эстафеты, квесты, викторины и любые другие мероприятия, прописанные в анимационной программе. Подобного рода анимационные программы осуществляются в массовых местах скопления туристов. Такими местами могут служить: отели, круизные лайнеры, теплоходы, поезда, туркомплексы и т.д.

Туристская анимация является очень значимой частью всей деятельности на туристском предприятии, которая выражается высокой степенью её профессионализма и важнейшей составной частью турпродукта. Любая анимационная программа должна быть чётко спланированной, иметь соответствующий регламент, организационно управляться со стороны и конечно же быть обеспеченной не только материальными, но и финансовыми и кадровыми ресурсами.

Однако современная практика в российских турфирмах показывает то, что зачастую у турфирм нет соответствующего бюджета и технических возможностей на создание и формирование анимационной команды, поскольку это весьма ресурсно-затратно.

Исходя из вышесказанного, следует вывод о том, что туристская анимация должна стремиться к тому, чтобы повышать уровень и качества турпродукта, вносить разнообразие и создавать привлекательность вокруг своих услуг, тем самым увеличивая рост потенциальных клиентов и туристов, спрос и доходность туристской деятельности. Но так было не всегда. В России индустрия развлечений и, в частности, туризм начали зарождаться только к концу 19 – начале 20 века, тогда туризм только начинал распространяться как одна из форм человеческого досуга.

Ещё в начале 20 века во времена Российской империи создали комиссию «Образовательные экскурсии по России». Организация ставила перед собой целью проводить различные экскурсии по крупным городам и природным заповедным территориям, таким как: Средняя Азия, Крым, Урал и т.д., при этом рассчитывались такие экскурсии по большей части для определённых слоёв населения, коими являлись учителя, преподаватели, студенты и школьники. Для реализации подобных экскурсий встал вопрос об обучении и подготовки соответствующих кадров, то есть экскурсоводов. Это способствовало быстрым темпам

развития экскурсионного дела и расширению географии городов, в которых реализовывались экскурсии. С этой целью начали готовить экскурсоводческие кадры, что способствовало быстрому развитию экскурсионного дела и расширению сети маршрутов.

С установлением Советской власти, а позже и окончанием Второй мировой войны – туризм в стране приобрёл массовый характер. Каждый работающий советский гражданин благодаря усердному труду и работе профсоюзных организаций мог, по крайней мере, раз в год позволить себе или своей семье съездить в отпуск на берега Чёрного моря, посмотреть на столицу или посетить Ленинград. Развитию внутреннего туризма в СССР способствовало создание соответствующей инфраструктуры. Для желающих поправить своё здоровье стали доступны санатории, дома отдыха, для детей-пионеров соответствующие летние смены лагерей. Создавались и обустривались клубы по интересам, развивались кружки, секции, библиотеки, музеи, кинотеатры и многое другое.

Ключевым моментом в застое туристической отрасли стала перестройка, в результате которой произошёл экономический спад, борьба за политическую власть и последующий за этим распад СССР. Новому государству – Российской Федерации пришлось долгий период восстанавливать свою экономику, налаживать союзы и дипломатические отношения, приводить в порядок разрушенные предприятия и инфраструктуру. Это привело к временной стагнации внутреннего туризма и развитию въездного и выездного туризма.

Пандемия коронавируса послужила вынужденным толчком к развитию внутреннего туризма по всей территории России и в настоящее время проводится огромное число мероприятий по стране, связанных с этими видами туризма. Поэтому резко возрос интерес к активным видам отдыха и развлечений. Стали возрождаться старые и разрабатываться новые игры, забавы, различные виды спорта. Проблеме использования свободного времени посвящают новые издания, открываются новые специальности.

Сегодня во внутреннем туризме России используют различные их виды и формы, все многообразие которых представлено в таблице 2 в виде следующих

типологий.

Таблица 2 – Типология туристских анимационных программ¹⁰

Туристские анимационные программы по сфере деятельности	Туристские анимационные программы по цели
Гостиничные	Маркетинговые
Ресторанные	Образовательные
Музейные	Рекреационные
Экскурсионные	

Гостиничные анимационные программы представляют собой деятельность по предоставлению комплекса анимационных услуг различной направленности в соответствии со стратегией развития, профилем работы, местоположением, размером и ресурсами гостиницы. Их особенностями являются:

- постоянный характер, поскольку рассчитаны на ежедневный контакт с туристами;
- комплексность, так как охватывают все виды и формы анимации (спортивную, познавательную, зрелищную, развлекательную, приключенческую, игровую, обучающую, творческую и т.д.);
- индивидуальность и действенность, так как длительное пребывание туристов в гостинице дает возможность аниматорам учесть все их пожелания и интересы;
- возможность вовлечения в программы персонала отеля, что придает им особый колорит и дружелюбный, гостеприимный характер;
- непринужденность, поскольку туристы, прожившие в отеле определенный период времени, начинают воспринимать его как дом, раскрепощаются и ведут себя естественно¹¹.

Анимационные туристские программы занимают одно из главных мест в структуре обслуживания гостиничных предприятий, так как для туристов потребность в развлечениях и организации досуга стоит на третьем месте после

¹⁰ Составлено автором

¹¹ Косарская Е.С. К вопросу о типологизации анимационного сервиса // Сервис Plus. 2018. Т.12. №3. С. 105-116.
Дата обращения: 12.04.2025

чистой уютной комнаты и вкусной еды. Поэтому сегодня во многих российских отелях уделяют самое пристальное внимание данному направлению деятельности, что выражается в создании анимационных служб или даже специализированных анимационных центров досуга, работа которых проходит очень напряженно, зачастую в круглосуточном режиме. Для их успешной деятельности необходимы хорошая материально-техническая база, талантливые аниматоры и профессиональные технические специалисты, что требует достаточно больших вложений в закупку, поддержание и обновление декораций, оборудования, площадок, а также оплаты труда работников. Но все эти затраты оправдывают себя, так как наличие в гостинице подобных структурных подразделений говорит о её статусе и отношении к туристам, что служит значимым фактором ее привлекательности и влияет на решение потенциальных туристов о размещении именно в ней¹².

В России использование анимационных технологий в литературном туризме постепенно развивается, однако до сих пор остаётся проблема наличия анимационных агентств при турфирмах. Зачастую литературные туры проводится лишь при наличии гида-экскурсовода, а сама анимационная составляющая отсутствует. Также популярностью пользуются зачастую только самые известные места, связанные с Пушкиным, Толстым, Достоевским, Лермонтовым и т.д. Постепенно в различных исторических и культурных местах России происходит цифровизация и внедрение новых технологий, таких как:

1) Визуальные реконструкции и цифровые технологии.

а) Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR) Государственный музей А.С. Пушкина (Москва). В экспозиции используются интерактивные панели и VR-реконструкции, позволяющие увидеть интерьеры пушкинской эпохи. Проект разработан при поддержке Минкультуры РФ. Музей-заповедник «Михайловское».

В 2023 году запущен AR-гид по усадьбе, включающий анимированные

¹² Косарская Е.С. К вопросу о типологизации анимационного сервиса // Сервис Plus. 2018. Т.12. №3. С. 105-116. Дата обращения: 12.04.202

сцены из жизни Пушкина.

б) 3D-моделирование и голограммы. Литературно-мемориальный музей Ф.М. Достоевского (Санкт-Петербург). В 2022 году представлена голографическая инсталляция, воссоздающая облик писателя.

2) Театрализованные и интерактивные экскурсии.

а) Костюмированные представления. Музей-усадьба Л.Н. Толстого «Ясная Поляна». С 2019 года проводятся экскурсии с участием актеров, изображающих Толстого и его современников.

Дом-музей М.Ю. Лермонтова (Пятигорск)

Регулярные интерактивные программы с элементами театрализации (сайт музея, 2023).

б) Иммерсивные спектакли. Проект «Литературные сны» (Нижний Новгород). В 2021 году запущен иммерсивный маршрут по местам, связанным с Горьким, с использованием световых и звуковых эффектов.

3) Мультимедийные гиды и мобильные приложения.

Проект «Литературная карта России». Включает аудиогиды и AR-метки для 50+ литературных мест.

Приложение «Пушкин в Москве». Разработано для иностранных туристов с аудиозаписями на английском и китайском языках.

4) Геймификация и квесты.

Квест «Тайны старой усадьбы» (Музей-заповедник «Остафьево»). Смешанный формат (живые актеры + AR-задания) (Журнал «Туризм и отдых», № 6, 2022).

Детский литературный квест в Доме-музее Чуковского (Переделкино). Интерактивная игра с анимированными персонажами (сайт музея, 2023).

Это лишь небольшая часть того, как анимация проявляется в рамках проведения литературных туров. Зачастую информации о подобных источниках относительно мало и остро стоит проблема фиксирования и оглашения новых интерактивных маршрутов. Как уже было сказано ранее, многие турфирмы не имеют возможности содержать штат аниматоров и проводить интересные ин-

терапевтические литературные туры. Некоторым учреждениям удаётся проводить подобные проекты в рамках реализации различных грантов. Стоит учитывать проблему языкового барьера, поскольку не все гиды-экскурсоводы свободно владеют иностранными языками, а аниматоры тем более, чтобы могли адаптировать программу для иностранцев.

Под термином «анимация» подразумевается организационная деятельность в различных отелях, на детских праздниках (зачастую дни рождения) и мероприятиях корпоративного характера. Анимация непосредственно осуществляется специальной командой аниматоров, в которую входят люди разных профессий. Стандартный штат аниматоров включает в себя:

Шеф анимации – разрабатывает график работы анимационной команды, контролирует своевременность исполнения запланированных мероприятий.

Спорт аниматор – разрабатывает спортивные программы в соответствии с нормами физической культуры.

Диск-жокей аниматор – компонуется музыкальное сопровождение анимационных программ, проводит дискотеки.

Декоратор – занимается оформлением сцены или мест проведения анимационных программ.

Дизайнер – разрабатывает афиши, флаера, внешний вид CD и DVD представляемых для продажи и в качестве призов.

Хореограф-постановщик – готовит танцевальные номера.

Детский аниматор – разрабатывает детские программы на разновозрастную категорию.

Няня – следит за детьми во время программы, помогает с адаптацией и проводит различные небольшие игры, чтобы привлечь детей, пока основные аниматоры заняты подготовкой конкурсов или реквизита.

Костюмер – следит за костюмами для анимационных программ, при появлении новых номеров разрабатывает и подбирает необходимые атрибуты одежды и бижутерию в соответствии с темой и стилистикой номеров.

Зачастую в связи с ограниченностью бюджета или отсутствием опреде-

ленных, но необходимых навыков в анимационной деятельности аниматоры берут на себя дополнительные обязанности, проходят обучение.

Анимация в социально-культурном сервисе и туризме – это своеобразная услуга, являющаяся одним из эффективных средств повышения качества обслуживания, и в то же время это своеобразная форма рекламы для повторного привлечения людей.

Туристская анимация – важнейшая составная часть турпродукта. Это услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие, предлагаемое анимационной программой туристского комплекса, отеля, круизного теплохода, поезда и т. д.

В практике туристского обслуживания используются различные виды анимации: в движении, через успокоение, анимация через переживание, культурная анимация; анимация через общение, творческая анимация. Все указанные виды сильно зависят от эффективной организации труда занятых работников и уровня их квалификации.

Туристские аниматоры должны быть не только профессионалами своего дела, но и обладать такими качествами, как коммуникабельность, интеллигентность, добродушие, терпеливость, ответственность, сообразительность, находчивость, чувство юмора. Кроме того, они должны владеть основами психологии, педагогики, риторики, знать иностранные языки.

Продумывая анимационные программы, они должны уметь разделять туристов по следующим признакам: пол, возраст, уровень образования, этническая принадлежность (таблица 3).

Таблица 3 – Анимационные программы с учетом классификации туристов по основным признакам¹³

Классификационный признак	Возраст	Характеристика группы потребителей	Предлагаемые анимационные услуги
Инфанты	0-2 года	Дети этого возраста отличаются рассеянным вниманием, любопытством, реагируют на яркие цвета и звуковые сигналы	Находятся под присмотром родителей или няни Игры в специально оборудованных игровых комнатах и на детских площадках
Дети-дошкольники	3-8 лет	Дети этого возраста активны, эмоциональны, интересуются всем происходящим вокруг.	Для привлечения внимания необходим яркий акцент. Игротеки, утренники, конкурсы рисунков, прогулки.
Подростки-школьники	9-17 лет	Дети этого возраста отличаются достаточно большой активностью, требовательностью, придирчивостью. Круг интересов обширен.	Игры, конкурсы, викторины, спортивные состязания, экскурсии, дискотеки.
Молодёжь, студенты	18-25 лет	Энергичны, эмоциональны, оригинальны, креативны.	Конкурсы, КВН, викторины, спортивные состязания, походы, экскурсии, дискотеки, шоу-программы, фестивали
Взрослые люди	26-64 года	Активность в сочетании с созерцанием, поиск нового и неизведанного, стремление и желание насладиться отдыхом.	Прогулки и экскурсии, творческие и литературные вечера, конкурсы, концерты, театральные представления
Пожилые люди, пенсионеры	65 и старше	Невысокая активность, спокойное времяпровождение, здоровье сбережение и отдых.	Вечера отдыха, чаепития, посиделки, прогулки

Исходя из таблицы 3 можно сделать следующие выводы. Во-первых, каждая возрастная группа имеет свои психологические, физические и поведен-

¹³ Засимович Е.С., Волобуева И.И. Новый язык туризма — анимация. Текст научной статьи по специальности «Искусствоведение». Таблица составлена автором.

ческие особенности, что непосредственно влияет на формирование анимационной программы и предлагаемые активности. Для детей и молодёжи, ввиду их активного роста и стремлению сделать как можно больше всего дел, стоит делать акцент на динамичные и интерактивные мероприятия.

Для более взрослого и пожилого поколения смещаются акценты в сторону спокойных, познавательных и социально-ориентированных активностей.

Также следует отметить, что это применимо к преобладающей части людей, однако не стоит забывать, что могут быть как спокойные и тихие дети, так и активные спортивные взрослые и старики, поэтому важно знать и учитывать все особенности туристических групп при составлении анимационных программ, применять гибкость и разнообразие в активностях, чтобы каждый турист чувствовал себя вовлечённым в процесс и не терял внимания.

Таким образом, анимация в литературных экскурсиях помогает повысить образовательную и вовлекающую ценность экскурсий. У неё есть свои характерные особенности и специфики при организации туристских и экскурсионных маршрутах, что позволяет каждый раз создавать новый уникальный продукт в зависимости от той или иной целевой аудитории.

2 АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ ПРАКТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ АНИМАЦИИ В ЛИТЕРАТУРНОМ ТУРИЗМЕ

2.1 Анализ существующей практики применения анимации в литературном туризме в мире и в России

Литературные туры стали популярным видом туризма, предлагая путешественникам возможность погрузиться в литературное наследие различных стран и регионов. Некоторые из самых популярных литературных туров представлены в таблице ниже (таблица 4).

Таблица 4 – Популярные литературные туры в мире¹⁴

Название литературного тура	Описание
По следам Шекспира в Англии	Посещение мест, связанных с жизнью и творчеством Уильяма Шекспира, включая его дом рождения в Стратфорде-на-Эйвоне и театр «Глобус» в Лондоне.
Литературный тур по Парижу	Изучение литературных достопримечательностей Парижа, таких как кафе «Два мага», которое посещали Хемингуэй и Фицджеральд, и музей Виктора Гюго.
Поездка по следам Достоевского в Санкт Петербурге	Посещение мест, связанных с жизнью и творчеством Федора Достоевского, включая его квартиру-музей и Петропавловскую крепость.
Литературный круиз по реке Миссисипи	Путешествие по реке Миссисипи, посещение городов и мест, связанных с Марком Твенем, Уильямом Фолкнером и Теннесси Уильямсом.
Путь Харуки Мураками в Токио	Посещение мест в Токио, упомянутых в романах Харуки Мураками, таких как бар Golden Gai и святилище Мейдзи.

Россия имеет многочисленное и разнообразное литературное наследие. На данный момент Москва и Санкт-Петербург являются основными и важными центрами развития и продвижения литературного туризма, поскольку в своё время в этих городах родились и жили мировые классики русской литературы, такие как: Пушкин А. С., Достоевский Ф. М., Есенин С. А., Булгаков М. А., и многие другие.

¹⁴ Составлено автором.

В России насчитывается свыше 200 литературных музеев; они подразделяются на монографические (посвящённые одному писателю) и музеи истории литературы – национальные или региональные. Среди монографических музеев, как правило, размещённых в зданиях–памятниках истории и культуры, меньшую группу составляют те, которые имеют только историко-литературную экспозицию: музеи А. М. Горького (Нижний Новгород, 1928), А. С. Пушкина (Москва, 1957), М. Е. Салтыкова-Щедрина (Тверь, 1976) и др. Преобладают мемориальные музеи (дома-музеи, музеи-усадьбы, музеи-квартиры, кабинеты), где сохранена или воссоздана на научной основе мемориальная обстановка: Музей-усадьба Л. Н. Толстого в Хамовниках (Москва, 1920), Мемориальный музей-квартира Н. А. Некрасова (Санкт-Петербург, 1946) и др. При научной реконструкции обстановки в музеях используются как мемориальные, так и типологические предметы эпохи: Музей-квартира А. С. Пушкина на Мойке (Санкт-Петербург, 1925), Дом-музей М. Ю. Лермонтова (Москва, 1981), Дом-музей В. Л. Пушкина (Москва, 2013).

Ряд музеев объединяют мемориальную и литературную экспозиции, что даёт возможность полного раскрытия творческого пути писателя, где особо выделяется связь писателя с данным местом: Музей В. В. Маяковского (Москва, 1938), Дом-музей Д. Н. Мамина-Сибиряка (Екатеринбург, 1940), Литературно-мемориальный музей Ф. М. Достоевского (Санкт-Петербург, 1971), Дом-музей С. Т. Аксакова (Уфа, 1991) и др. Многие мемориальные музеи создавались усилиями крупных литературных или краеведческих музеев и являются их отделами (филиалами).

Насчитывается более 150 усадеб. Среди них Абрамцево (Московская область), Слепнево (дом перенесён в Градницы) Тверская область, Шахматово (Московская область), Хмелита (Смоленская область), Даровое (Московская область), Константиново (Рязанская область), Середниково (Московская область). Эти усадьбы в разное время принадлежали, либо были связаны с фамилиями известных писателей, среди которых: Аксаков С. Т. и его сыновья, позднее – Мамонтов С. И., Ахматова А. А., Гумилев Н. С., Блок А. А., Грибоедов А.

С., Достоевский Ф. М., Есенин С. А., Лермонтов М. Ю. и др.

В России проводится ежегодно более 50 литературных фестивалей, в числе которых: Аксёнов-фест, Белое пятно, Биеннале поэтов в Москве, Боспорский форум, Из Калинина в Тверь, ЛИФФТ, Майские чтения, Маяковские чтения, Международный Волошинский конкурс, премия и фестиваль, Неделя детской книги и др.

Литературный туризм в России также набирает популярность, предлагая туристам возможность открыть для себя богатую литературную историю страны. Некоторые из самых популярных литературных туров в России включают представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Популярные литературные туры в России¹⁵

Название литературного тура	Описание
По следам Пушкина в Санкт-Петербурге и Москве	Посещение мест, связанных с жизнью и творчеством Александра Пушкина, таких как его квартира-музей в Санкт-Петербурге и усадьба Михайловское в Псковской области.
Литературный тур по Москве	Изучение литературных достопримечательностей Москвы, таких как дом-музей Льва Толстого и Музей-квартира Михаила Булгакова.
Путешествие по следам Чехова в Ялте и Мелихово	Посещение мест, связанных с жизнью и творчеством Антона Чехова, включая его дом-музей в Ялте и усадьбу Мелихово в Московской области.
Литературный круиз по Волге	Путешествие по реке Волге, посещение городов и мест, связанных с такими писателями, как Максим Горький, Николай Лесков и Иван Бунин.
Путь Достоевского в Омске	Посещение мест в Омске, связанных с пребыванием Федора Достоевского в ссылке, таких как каторжная тюрьма и Омский областной музей изобразительных искусств имени М.А. Врубеля.

Эти туры предоставляют туристам возможность глубже погрузиться в литературное наследие разных стран и регионов, посетить исторические места и узнать больше о жизни и творчестве знаменитых писателей.

Если с литературными ресурсами Западной части России ознакомлены

¹⁵ Составлено автором.

многие и даже те, кто особо не следят за литературным туризмом, то вот с Восточной частью России ситуация не такая однозначная.

Дальний Восток России – восточная часть России, к которой относят области бассейнов рек, впадающих в Тихий океан, а также остров Сахалин, Курильские острова, остров Врангеля, Командорские и Шантарские острова. Площадь Дальнего Востока России — 6 952 555 км², или около 40,6 % площади России. Дальний Восток России также богат различными литературными туристскими ресурсами.

В настоящее время «Омские муниципальные библиотеки» создали и активно работают над интерактивной литературной картой Сибири и Дальнего Востока.



Рисунок 3 – Литературная карта Сибири и Дальнего Востока¹⁶

Если навести курсор к любой из имеющихся фигурок и щёлкнуть компьютерной мышью, то можно перейти на страницу с текстом, а также имеющейся информации о книгах и сказках данного народа. Если нажать на точку с горо-

¹⁶ Литературная карта Сибири и Дальнего Востока // Детский центр литературного краеведения / Омские муниципальные библиотеки : сайт. – [Омск], 2011. – URL: <http://lib.omsk.ru/clk/clk/node/28> (дата обращения: 15.04.2025).

дом, то можно увидеть портреты знаменитых писателей и их произведения. В настоящий момент каждый из представленных городов имеет только одного писателя, но в дальнейшем авторы будут работать над наполнением разных областей и краёв Сибири и Дальнего Востока.

На основе имеющихся источников информации были сгруппированы поэты и писатели, которые внесли наибольший литературный вклад в различных регионах Дальнего Востока России (таблица 6)¹⁷.

Таблица 6 – Вклад писателей в литературу регионов Дальнего Востока России

Регион	Писатель	Вклад в литературу региона
Амурская область	Г. А. Федосеев	Советский писатель, инженер-геодезист. Автор книг о земле амурской.
Республика Бурятия	Г. Т. Башкуев	Прозаик, драматург, публицист. Его пьесы поставлены в более чем 20 театрах России, а также переведены на ряд языков.
Еврейская автономная область	Шолом-Алейхем	Еврейский писатель, чьи произведения о жизни еврейской общины оказали влияние на культуру и литературу Еврейской автономной области.
Забайкальский край	В. О. Пелевин	Его произведения отражают особенности жизни в Сибири, включая Забайкалье.
Камчатский край	Г. Г. Поротов	В своём творчестве часто использовал мотивы фольклора коренных народов Камчатки.
Магаданская область	В. Г. Богораз	Российский писатель, этнограф, лингвист, северовед, этнограф.
Приморский край	А. А. Фадеев	Долгое время жил и писал во Владивостоке. дом, в котором жил А. А. Фадеев является объектом культурного наследия России.
Республика Саха (Якутия)	П. А. Ойунский	Якутский советский писатель, учёный-филолог и общественный деятель, основоположник якутской советской литературы.
Сахалинская область	А. П. Чехов	Классик мировой литературы. Его рассказы о Сахалине являются важным источником информации о жизни на острове.
Хабаровский край	П. С. Комаров	Руководил сектором поэзии Хабаровского отделения. Им были созданы циклы стихов для детей о таёжных жителях, сборники прозаических рассказов.
Чукотский автономный округ	Ю. С. Рыхтэу	Писал на чукотском и русском языках. Все произведения связаны с жизнью представителей его народа — чукчей.

¹⁷ Дальневосточная государственная научная библиотека [сайт]. – URL: <https://fessler.ru/> (дата обращения: 06.01.2025).

Большинство регионов Дальнего Востока России не является популярными для реализации и популяризации литературных туров, поскольку имеющиеся литературные туристские ресурсы рассчитаны на довольно узкую целевую аудиторию и преимущественно представляют конкретно научный интерес.

Когда туроператоры создают программы маршрутов для будущих туров, им важно учитывать их специфику. Специфика существует при работе со всеми видами туризма. Она может касаться целевой аудитории, способа перемещения между объектами показа или времени преодоления разных маршрутов, здоровья туристов и т.д. Исходя из Таблицы 3 (Анимационные программы с учетом классификации туристов по основным признакам), можно сделать вывод о том, что для разных возрастных групп разрабатываются соответствующие их специфике анимационные программы и активности. Примеров достаточно большое количество и перед тем, как рассмотреть специфику и особенности анимации в литературных экскурсиях, следует разобрать само это понятие.

Литературная экскурсия – форма познавательной деятельности, происходящей во время реального или воображаемого похода в дом-музей писателя, путешествия при помощи литературной карты, посещения памятных мест, связанных с литературой или жизнью мастеров слова¹⁸.

На российском туристском рынке существуют литературные экскурсии и туры, как для российских туристов, так и иностранцев. Однодневные литературные экскурсии распространены гораздо в большей степени, чем литературные туры, которые главным образом ориентированы на школьные группы. Длительность литературных экскурсий в пределах города составляет 2,5–4 часа, а в случае загородных поездок – 8–14 ч. Литературные туры для иностранных туристов, которые предлагают такие туроператоры, как Momentumtour, ExeterInternational, Discoverrus являются эксклюзивными предложениями на российском туристском рынке, часто организовываются на индивидуальной основе и имеют несколько особенностей, связанных с включением в турпакет транспортных услуг (авиаперелёта), визовой поддержки, страхового полиса.

¹⁸ Национальная энциклопедическая служба. Педагогическая энциклопедия. Дата обращения 10.03.2025.

Кроме того, они более продолжительны (7–14 дней), что позволяет посетить несколько городов.

Специфика анимации в литературных экскурсиях заключается в том, что такие экскурсии сопровождаются театрализованными представлениями, а экскурсанты становятся участниками происходящих событий.

Некоторые особенности анимации в литературных экскурсиях:

1) Создание единого художественного образа. Он позволяет погрузить участника экскурсии в действо, активизировать его познавательную сферу, воздействовать на эмоции.

2) Использование художественно-выразительных средств и приёмов. К ним относятся персонификация, костюмирование, коллективная импровизация, состязание, создание исторического фона.

3) Создание интерактивной среды. В такой среде экскурсант выступает на первый план как активный субъект происходящего и максимально погружён в атмосферу экскурсионной темы.

4) Применение мультимедийных и интерактивных технологий. Например, использование технологий дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR).

Специфика экскурсии заключается в органическом сочетании в ней показа и рассказа. Экскурсовод показывает экскурсантам объекты и сопровождает показ анализом, пояснениями и историческими справками. Если нет объектов, раскрывающих какую-либо тему, не может быть и экскурсии. Показывая объект, экскурсовод дает пояснение, учит экскурсантов правильно воспринимать увиденное, давать объективную оценку событиям, явлениям, фактам, связанным с этим объектом. Такт образом, экскурсовод целенаправленно воздействует на формирование мировоззрения участников этого мероприятия. А сообщаемые в процессе экскурсии сведения благодаря наглядности хорошо запоминаются и способствуют расширению их кругозора.

2.2 Анализ культурных особенностей иностранных туристов как фактор формирования анимационной программы

Эффективность анимационных программ в литературном туризме во многом зависит от учета культурных особенностей целевой аудитории. Понимание национальных традиций, ценностных ориентаций, языковых барьеров и предпочтений в потреблении культурного контента позволяет адаптировать анимационные форматы под запросы различных групп иностранных туристов.

Россияне – отличаются широтой души и оптимизмом, открыты, часто излишне доверчивы, азартны, не упустят возможность купить товары по скидке или выиграть что-то бесплатное. Любят очень хорошо отдохнуть, особенно если это касается поездок, на которые русские копили достаточно долгое время. Если рассматривать оздоровительный отдых, то тут не каждый русский согласится на подобные мероприятия, поскольку большинство считают, что боль или болезнь пройдут сами по себе или благодаря нескольким таблеткам, поэтому к такому виду отдыха относятся скептически. Старшее поколение склоняется к интеллектуальным формам досуга, среднее – к пляжному отдыху, а молодежь – к активно-деятельному¹⁹.

Немцы – педантичны, пунктуальны, хладнокровны, деловиты. Они относятся к жизни со всей серьезностью, отличаются своей экономностью, поэтому, заплатив за отдых, стараются получить все удовольствия, предоставляемые отелем, участвовать во всех мероприятиях. Любят театр, изучение обычаев, посещение базаров. Немцы – самый многочисленный отряд туристов за рубежом. Они – любители прогулок на природе, относятся к ней бережно и заботливо так же, как к своей и чужой собственности. В пределах Германии немцы учтивы, аккуратны, экономны, разумны и вежливы. За границей они любят отдыхать приятно, весело, простодушно, коллективно. Многие любят выпить спиртное, поесть, петь народные песни и поэтому стараются взять от отпуска по максимуму.

¹⁹ Организация анимации в гостеприимстве и туризме: учебно-методическое пособие для вузов / Е.Н. Артемова, О.Г. Владимирова. – Орел: ОрелГТУ, 2010. – 113 с. Дата обращения: 20.04.2025.

Американцы – не любят ездить за границу, считая, что у них, в США, есть и тропики, и арктические районы, и два океана, и единая валюта, и высокий уровень комфорта, и так далее. А за границей возможны всякие неудобства. Высокий уровень жизни в США обеспечивает многим американцам возможность путешествовать. К ним относятся в основном пенсионеры, путешествующие группами и энергично стремящиеся многое увидеть и познать, а также бизнесмены.

Испанцы – энергичны, но неорганизованны и часто непредсказуемы. Они очень любят всевозможные новшества, развлечения и удовольствия, в том числе и азартные игры. В особой чести у этого народа песни и танцы. Особенно захватывающее зрелище представляют собой их национальные танцы (красивые, ритмичные, зажигательные). Семью, детей, домашний очаг испанцы ставят превыше всего, поэтому любят отдыхать всей семьей где-нибудь на берегу моря, наслаждаясь громкой музыкой и вкусными яствами. Они очень любят всевозможные праздники, зрелищные мероприятия (корриды, фейерверки и прочее).

Французы – общительны, аккуратны, щеголеваты, обладают особым чувством юмора, влюблены во Францию и все французское. Они будто специально созданы для всевозможных торжеств (банкетов, фестивалей, праздников), которые превращают в грандиозные спектакли, наслаждаясь действием и собственным участием в них. Являясь экспериментаторами по природе, французы с большим уважением относятся ко всякого рода новшествам и выдумкам, поэтому участвуют в них всегда с удовольствием. Любят интимную обстановку, тихую и далекую от большого города. Французы умеют организовать свой досуг (будь то отпуск или выходной день), очень любят заниматься спортом (во Франции даже автостоянки имеют свои спортивные площадки), поэтому спортивные программы и развлечения для них подходят как нельзя лучше.

Англичане – в обыденной жизни педантичны, недоверчивы, осторожны, крайне редко проявляют свои истинные эмоции. Однако на отдыхе они преобразуются, руководствуясь девизом «веселиться, невзирая на возраст и обстоя-

тельства». Они предпочитают активный отдых со всевозможными соревнованиями и состязаниями (спортивными, интеллектуальными, шуточными и так далее), в которых они непременно стремятся выиграть. Даже пожилые люди поздним вечером, когда уже, казалось бы, давно пора спать, с удовольствием отплясывают на дискотеке наравне с молодежью. Они соглашаются участвовать во всех предлагаемых мероприятиях, порой даже еще не зная правил, любят острые ощущения. Главное для них – не дать себе скучать.

Шведы – приверженцы протестантской трудовой этики. Они постоянно работают или учатся, поэтому свой пятидневный ежегодный отпуск стремятся провести с максимальной пользой. Шведы особенно хотят насытиться за этот период солнечным теплом, поскольку солнце для Швеции с ее суровым климатом – роскошь. Зато и рабочую обстановку они любят чередовать с отдыхом, устраивая всевозможные конференции, семинары, совещания где-нибудь на пароме. Эти деловые встречи сопровождаются непременно экскурсионным обслуживанием и обильными застольями. Шведы охотно занимаются спортом, особенно спортивным ориентированием. Любят театр, с удовольствием знакомятся с культурой, историей, нравами и обычаями местного населения.

Греки – умные и тщеславные, энергичные, но неорганизованные и нетерпеливые, страстные и темпераментные, в то же время совершенно не уверенные в себе люди. Их национальный характер представляет собой клубок противоречий, который испокон веков интриговал и зачаровывал путешественников и историков. Греки очень общительны, любят развлечения, праздники, богатые застолья, путешествия, уикэнды.

Китайцы – Китайцы прежде, чем посетить другие страны, отдыхают в родных краях²⁰. Китайский турист, без сомнения, — групповой турист, поэтому предпочтения отдают именно групповым путевкам и, конечно, готовым туристическим продуктам. Основой аудиторией пакетных туров являются семейные туристы и люди старшего поколения. Стоит отметить, что за жителями Подне-

²⁰ Белоцерковская, Н. В. Особенности потребительского поведения китайских туристов / Н. В. Белоцерковская, К. Е. Бандурина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 50 (445). — С. 86-89. — URL: <https://moluch.ru/archive/445/97909/> (дата обращения: 25.04.2025).

бесной прочно утвердился образ вездесущих фотографов. Большинство китайцев из-за тяжёлого графика работы, быстрого темпа жизни и отсутствия выходных практически не покидают пределы родины. По этой причине в основном совершают зарубежные поездки китайцы в возрасте старше 55 лет.

Сегодня зарубежные исследования туристской отрасли продвинулись гораздо дальше отечественных, в частности в области литературного туризма.

В англоязычных научных трудах изучены управленческие аспекты деятельности, мотивы для литературных путешествия, возможные объекты туристского показа, впечатления путешественников, а также имиджевая составляющая туристских дестинаций, подходящих для литературного туризма.

Несмотря на богатое литературное наследие Российской Федерации, литературный туризм не очень популярен в нашей стране не только как вид путешествий, но и как предмет отечественных научных исследований. В условиях современной геополитической нестабильности, а также обусловленной ей переориентации на внутренний туризм следует уделить большее внимание изучению и развитию данного туристского направления на территории нашей страны.

3 РАЗРАБОТКА И АПРОБАЦИЯ МОДЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ АНИМАЦИИ В ЛИТЕРАТУРНОМ ТУРИЗМЕ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ В РОССИИ

3.1 Разработка модели использования средств анимации в литературном туризме

Перед тем как приступить к самой главной части магистерской диссертации, мы изучили теоретические основы литературного туризма, рассмотрели особенности проведения литературных туров, а также проанализировали существующие практики и ситуации. Мы пришли к выводу, что данный вид туризма в России находится в стагнации и не подходит к современным реалиям, поэтому в рамках актуализации и цифровизации будет предложен ребрендинг и переработка текущих моделей использования средств анимации в литературном туризме под названием: RPALT (англ. Role playing animation in literature tourism), то есть ролевая анимация.

Эта модель будет опираться на активное участие не только актёров-аниматоров, но и самих туристов, которые по желанию могут участвовать в процессе. В зависимости от программы тура, будет создан сценарий, в котором туристы смогут взять на себя роль различных персонажей (писатели, исторические личности и т.д.) и «отыграть» их, руководствуясь при этом характером своей роли и внутренними убеждениями персонажа в рамках игровых реалий. Туристам будет предлагаться два варианта анимационного сценария. Первый вариант является линейным, то есть создаётся история или конкретное событие, которое имеет строгую последовательность и никак не может меняться. Такой сценарий подходит для новичков в мире литературы, которые ходят полностью погрузиться в историю своих персонажей и событий, при этом сохранив историческую достоверность. Вторым вариантом – не линейным. Является более сложным по реализации и уровню подготовки, поскольку по мере продвижения будет предлагать туристам-участникам варианты развития событий. В зависимости от их выборов история будет меняться и может привести к различным так называемым «концовкам». Такой сценарий предлагает пофантазировать на тему

того, как могли развиваться те или события или действия, если бы судьба персонажей развернулась иным образом, также выбор туристов подразумевает переосмысление действий литературных героев и писателей. Одним из таких сценариев, например, могла стать история Александра Сергеевича Пушкина. «Что, если бы поэт и писатель выжил в дуэли с Дантесом?» Или же «Что, если бы Пушкин не стал связывать себя с литературным творчеством?»

Индивидуальные и коллективные действия игроков составляют сюжет сценария. Как правило, существуют правила проведения ролевой игры, где описаны рамки действий игроков, их поведения, моделирования игровых ситуаций.

Данная модель будет в первую очередь понятна и доступна русскоговорящему человеку, который имеет представление о жизни и творчестве наиболее популярных писателей прошлых лет (Пушкин, Достоевский, Толстой, Гоголь и др.). Если рассмотреть сегмент приезжих иностранных туристов в Россию за 2023 и 2024 года, то можно увидеть, что наибольшей аудиторией будут являться китайские туристы. Статистика по числу поездок, представлена в таблице 7.

Таблица 7 – Топ-5 государств по числу пересечений границы в одном направлении в Россию

в тыс. поездок ²¹			
Страна	2024	2023	Динамика, в процентах
Китай	848	199,8	+324,5
Германия	65,8	55,9	+17,7
ОАЭ	65,2	42,5	+53,6
Турция	58,5	47,5	+23,2
Туркменистан	57,4	34,7	+65,3

Как видно из таблицы помимо Китая вошли такие страны как Германия (+17,7 %), ОАЭ (+53,6 %), Турция (+23,2 %) и Туркменистан (+65,3 %). Однако из большинства стран этого списка не все иностранцы приезжали в рамках туризма для отдыха. Например, граждане из Германии, Турции и Туркменистана зачастую въезжают в Россию с частными или деловыми целями.

²¹ Составлено автором на основе Инфографика РБК [Электронный ресурс] // www.rbc.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.rbc.ru/business/05/02/2025/67a23e129a794772bb4f28e6/> (дата обращения: 12.05.2025).

Ещё одним важным аспектом в выборе ориентированности новой модели анимации в литературном туризме на китайский сегмент туристов является, как было проанализировано ранее, преимущественное предпочтение групповых путёвок и, конечно, готовых туристических продуктов. Поскольку основной аудиторией пакетных туров в Россию для китайцев являются семейные туристы и люди старшего поколения, это способствует привлечению туристов разных возрастов. Дети и подростки в большинстве проявляют значительную активность, чем взрослые и такие туры будут также представлять для них особенный интерес, поскольку такая модель анимации подразумевает под собой ролевую игру и различные интерактивные действия.

Модель ролевой анимации будет базироваться на синтезе и взаимосвязи таких элементов как: культурно-познавательный туризм, медиакоммуникации и интерактивные методы вовлечения аудитории. В её основу будут положены следующие аспекты:

1) Концепция «оживления» культурного наследия – означает использование статичных объектов (музеи, усадьбы, дома, памятные места) в динамичные интерактивные пространства.

2) Принцип сторителлинга – подача и преподнесение информации через нарративные структуры, которые позволят туристам больше погрузиться в историю и эмоционально переживать те или иные моменты.

3) Использование светомузыкального оборудования – световое и музыкальное оборудование позволит туристам больше погружаться в атмосферу и суть повествования сценария, испытывать различные эмоции и полноценно ощущать себя участников всего действия.

4) Использование реквизита, декораций и костюмов – распределение ролей и театральная составляющая является важной особенностью в построении анимационной программы, поскольку позволяет туристам быть частью истории, заложенной, например, в литературном произведении.

Далее следует подробно составить и ознакомиться со структурой самой модели. Она будет состоять из четырёх важнейших блоков: целеполагание и

аудиторные анализ, технологический блок, контентный блок и организационно-интеграционный блок. Рассмотрим подробно каждый блок.

1) Целеполагание и аудиторный анализ.

Основные задачи:

а) Определение целевых групп – это могут быть ценители классической литературы, семьи с детьми, школьники, иностранцы и др.

б) Определение уровня осведомлённости о русской литературе – уровень у туристов может быть, конечно же, самый разный начиная от любителей, до настоящих ценителей, поэтому важно до начала программа ввести участников в курс дела, провести так называемый брифинг, чтобы они имели целостное представление о происходящем. Для этого существуют различные способы в виде представления синопсиса сценария, краткая сводка событий и действующих персонажей, аннотация от аудиогuida, ну или же провести заранее опрос в виде анкетирования.

Основные методы:

А). Анкетирование иностранных туристов – достаточно информативный метод исследования, который позволит увидеть реальную картину происходящего и уровень осведомлённости у участников турмаршрута и анимационной программы в целом.

Б). А/В-тестирование – этот метод исследования позволяет сравнить эффективность двух вариантов какого-либо объекта. В контексте анимации это может быть сравнение VR-экскурсий и AR-квестов.

2) Технологический блок. Инструментарий

Таблица 8 – Инструментарий технологического блока²²

Технология	Пример применения	Целевая функция
1	2	3
VR	Виртуальный тур в Государственный мемориальный историко-культурный природно-ландшафтный музей-заповедник	Погружение в эпоху Российской империи времён 19 века

²² Составлено автором

Продолжение таблицы 8

1	2	3
	А.С. Пушкина Михайловское	
AR	Интерактивные метки в музее Ф.М. Достоевского в Москве	Визуализация сцен из знаменитого романа писателя – «Преступление и наказание»
Геймификация	Проведение интерактивного квеста «В поисках героев Л.Н. Толстого» в Ясной Поляне	Повышение вовлечённости в жизнь и деятельность писателя для большего понимания его творчества и повседневности
3D-анимация	Виртуальная реконструкция утраченных интерьеров в доме Н.В. Гоголя на Никитском бульваре в Москве	Возможность воссоздания исторического контекста здания

В таблице 8 представлен основной инструментарий тех возможностей, который позволит участникам литературного маршрута использовать современные технологии и, не посещая какого-либо исторического места своими глазами увидеть его и проникнуться атмосферой. Однако это не значит, что совсем не стоит посещать данные места, режимы дополненной и виртуальной реальности как раз таки являются лишь инструментами во взаимодействии, но они никак в полной мере не заменят непосредственное посещение туристами Ясной Поляны или Михайловского. Эти инструменты необходимы в том, случае, когда у туристов не так много времени выделено на литературный маршрут, и чтобы не выбиваться из повествования и не тратить время на дорогу до того или иного места, туристам будет предложен вариант использовать VR/AR технологии.

Критерии выбора технологий.

Стоит понимать, что для использования подобного инструментария должны учитываться следующие моменты, а именно наличие точек доступа Wi-Fi, а также специальные зоны с VR/AR оборудованием. Оборудование представляет собой специальные шлемы, которые надеваются на головы туристов и также могут предоставляться специальные рукоятки контролёры с помощью, которых туристы могут управлять объектами в виртуальной реальности.

Также не все места подходят для большого количества людей за раз, использования VR, таким образом, будет сильно осложнено ввиду отсутствия нужного пространства и будет вызывать дискомфорт у присутствующих тури-

стов. Поэтому важно использовать места и помещения, довольно больших по площади (касается больших групп туристов).

3) Контентный блок.

Принципы разработки:

А) Автоперевод – является важнейшей полезной функцией при работе с иностранными туристами. Зачастую у многих иностранцев в России возникает проблема, связанная с языковым барьером, поэтому функцию автоперевода можно осуществлять при помощи аудиогuida, который будет транслировать всю необходимую информацию и текст на родном для иностранца языке, либо при помощи встроенных функций на телефоне с помощью Яндекс и (или) Гугл переводчика, которые также в режиме реального времени могут автоматически переводить слова гида, аниматора или инструктора.

Б) Интерактивность – ключевая особенность контентного блока нашей ролевой модели. В анимационной и игровой практике существует достаточно большое количество активностей и интерактивов, которые подойдут для туристов любого возраста, особенно это важно при создании сценария для литературного маршрута. Классическим интерактивом является квест по специальному маршруту, поиск предметов на время или же мини-викторины. Эти все активности проводятся не только с целью завлечь туристов в сценарий, но и повысить их интерес к выполнению различного рода таких заданий, поскольку за них полагаются различные приятные бонусы и подарки.

В) Эмоциональный резонанс – как было сказано ранее, свет и музыка играют важную роль в формировании настроения и эмоционального спектра у туристов во время прохождения литературного маршрута и это также важно при работе в виртуальной реальности. С помощью различных звуковых и световых эффектов можно менять настроение людей и дать им возможность прочувствовать те или иные явления так, как будто они действительно находятся посреди дождя, услышать треск огня в костре, гром, молнии и т.д.

4) Организационно-внедренческий блок.

Партнёрства.

а) Коллаборации с культурными местами – здесь речь идёт об активном сотрудничестве туристских предприятий, анимационных отделов и различными культурно-массовыми местами (музеи, дома, усадьбы). Такое сотрудничество ведёт к получению преимуществ нескольких сторон сразу. Для туристских предприятий это возможность сделать свои литературные маршруты цифровизированными и современными, что вполне может привлечь новую аудиторию и за счёт этого обосновано увеличить стоимость данных туров, к тому же оборудование будет предоставляться самими культурными местами. В свою очередь, если такие памятные места обзаведутся специальной VR-комнатой с оборудованием для виртуальной реальности, это может повысить имидж и ажиотаж вокруг этого места, особенно среди тех людей кто раньше не сталкивался с подобными технологиями, тем самым увеличив приток туристов, как местных, так и иностранных. Такие инициативы по созданию VR-площадок могут стать весомой инициативой при работе с грантовым проектом. Также это является отличным решением для групповых экскурсий школьников и студентов в рамках культурно-творческого и патриотического воспитания. Для тех людей, кто интересуется научной деятельностью это может стать вдохновением для написания новых научных работ, статей и проектов.

б) Работа гидов-аниматоров – зачастую литературные маршруты в представлении туристов могут являться относительно скучными и не интересными. Обычно это знакомство с некоторыми памятными местами и зданиями, в которых жили, либо работали писатели. Гиды рассказывают обычную информацию и несколько фактов, никак особо не работая со зрительской аудиторией. Поэтому для «оживления» туристов приглашаются на работу специальные гиды-аниматоры. Во-первых, эти людей могут быть в образах известных писателей и тем самым погружая туристов в атмосферу происходящего. В зависимости от места и действия, гидов-аниматоров может быть несколько для создания небольших мизансцен, ситуаций или проведения интерактивов.

Логистика.

в) Разработка оффлайн-онлайн гибридов – здесь в первую очередь идёт

речь о создании QR-кодов на табличках у памятников. Такая практика постепенно стала активно применяться во многих городах России. Эта технология позволяет буквально за несколько секунд отсканировать код с помощью телефона и прочитать информацию у себя прямо на экране смартфона. Универсальностью этого QR-кода является то, что информация о памятнике, писателе, доме, предмете интерьера может быть представлена на нескольких языках, то есть русский, английский и китайский в случае российских городов.

г) Создание VR Hub – это специальная платформа, программное приложение, которое пользователям VR оборудования помогает входить в мир виртуальной реальности. Такая платформа позволяет переключаться между различными играми, симуляциями и видео, специально созданными для данной технологии.

Далее следует рассмотреть и проанализировать методы оценки эффективности модели. Выделим количественные и качественные.

Количественные.

1) Рост посещаемости объектов – в потенциале рост туристов после внедрения данной модели должен увеличиться за счёт интеграции в программу новых интерактивных элементов и анимационной программы. Таким образом маршруты станут интереснее, насыщеннее и актуальными под нынешние современные реалии.

2) Данные из приложений – здесь будет учитываться время взаимодействия туристов с анимационными элементами программы.

Качественные.

3) Анализ отзывов – после окончания маршрута туристов попросят пройти опрос в гугл-форме и оставить отзывы на работу аниматоров и VR/AR-активностей, чтобы иметь целостную картину, понимать ошибки и просчёты для их дальнейшего исправления и работы с сильными и наиболее интересными моментами.

Несмотря на целый ряд актуальных идей, добавления технологий виртуальной реальности и внедрения в программу аниматоров – данная модель мо-

жет столкнуться с определёнными рисками, среди которых:

1) техническая часть – не все памятные места и предприятия имеют возможности и средства для закупки необходимого оборудования и обустройства комнат, особенно это касается маленьких музеев и небольших квартир писателей;

2) культурная часть – иностранные туристы не смогут в полной мере проникнуться русской литературой, её авторами и культурной составляющей или вовсе их ожидания не оправдаются;

3) экономические – разработка и создание VR/AR – продуктов окажутся финансово дорогими в производстве, и потребует определённого количества времени и ресурсов.

Исходя из всего вышесказанного по новой модели, стоит сделать соответствующие выводы. Предложенная анимационная модель RPALT (Ролевая анимация в литературном туризме) исходя из её названия и наполнения обеспечивает системный подход к интеграции анимации в литературный туризм, при этом сочетает в себе технологические инновации, а именно VR/AR технологии, с глубокой культурной адаптацией для иностранных туристов в русскую литературу и жизнь писателей. Апробация модели требует пилотных и тестовых проектов на базе ключевых литературных локаций России, такие как Москва и Санкт-Петербург.

Теоретическая значимость данной модели заключается в том, что она вносит вклад в исследования цифровизации культурного литературного наследия России.

Практическая ценность заключается в использовании модели в туристских предприятиях и музеях для создания коммерческих продуктов, а также для демонстрации технологий на различных форумах и выставках.

3.2 Разработка сценариев анимационных программ для конкретных литературных маршрутов в России

Создав анимационную модель, следует приступить к одному из важнейших этапов при формировании анимационной программы, а именно созданию

сценария. Зачастую литературные маршруты представляют собой перемещение от одного места к другому и краткому повествованию из истории жизни писателей. Но в контексте использования модели ролевой анимации будут предложены следующие сценарии анимационных программ некоторых наиболее популярных и значимых литературных маршрутов, которые сделают эти туры насыщенными, интересными и интерактивными. Все сценарии базируются на:

1) Принцип иммерсивности – позволяет глубоко погрузиться в литературную среду через визуальное, аудио и тактильное воздействие.

2) Метод нарратива – в сценарии будет использована линейная или нелинейная сюжетная линия, которая будет связывать реальные локации с местами из литературных произведений. В нелинейной линии сюжет будет меняться в зависимости выборов участников и иметь соответствующие концовки.

3) Интерактивность – сюжет будет наполнен как различными интерактивными действиями, которые будут двигать повествование, так и познавательными моментами для погружения в сеттинг того или иного литературного произведения.

При подготовке к написанию сценария будем придерживаться следующего алгоритма:

1) При выборе литературного маршрута нужно учитывать значимость автора для мировой и русской культуры в целом (например, Л.Н. Толстой, А.С. Пушкин, Ф.М. Достоевский и др.).

2) Наличие в хорошей сохранности исторических памятников, домов, квартир, усадеб русских поэтов и писателей. Сохранившаяся инфраструктура играет важнейшую роль для погружения и восприятия.

3) Наличие возможности использовать технологии VR и AR, светового и музыкального оборудования.

4) Выборка наиболее значимых литературных сцен из самых популярных произведений русских писателей.

5) Определение формата проводимых мероприятий. В зависимости от места это может быть квест на открытой местности либо с использованием AR,

небольшая мизансцена с костюмированным переодеванием, либо интерактивное кино с выбором реплик и концовками через VR.

Первый сценарий. «Пушкин: последняя дуэль»

Формат программы: Сочетания иммерсивного квеста с использованием VR, работа аниматоров.

Синописис: «1836 год, Санкт-Петербург. Александр Сергеевич Пушкин к этому времени стал известным поэтом и автором различных литературных произведений. О его персоне говорит всё светское общество. Его стихи звучат на каждом шагу, а каждый ребёнок знает его сказки. Однако жизнь поэта меняется с появлением в его семье Жоржа Дантеса, который ухаживал за сестрой Натальи Гончаровой – жены Пушкина. Александр Сергеевич начинает подозревать Дантеса в ухаживаниях к Наталье Гончаровой, что изрядно злит Пушкина. Как бы ненароком его ревность не привела к ужасным обстоятельствам.

Вы являетесь членом тайной полиции императора Николая I. Вам поручено секретное задание – следить и оберегать А.С. Пушкина. От ваших действий будет зависеть судьба поэта. Удачи!»

Группа жандармов (полицейских) попадает в музей-квартиру Пушкина по адресу Мойка, 12. Они встречают аниматора, переоде того в Николая I. Аниматор устраивает проверку группе в виде мини-викторины, чтобы удостовериться в их подлинности. Николай I сообщает, что Пушкин замышляет убить Дантеса путём дуэли и жандармам нужно проникнуть на балл, где сейчас находится Пушкин.

Участники надевают VR-шлемы и переносятся на балл. Там они видят Дантеса, который обхаживает Наталью Гончарову.

Тут встаёт первый выбор, вмешаться или наблюдать за происходящим.

- Если игроки вмешаются, то Дантес прекратит свои действия, а Пушкин начнёт подозревать, что мы следим за ним.

- Если продолжим наблюдать, то вмешается Пушкин и пригрозит Дантесу дуэлью.

Следующая локация снова дом Пушкина. Жандармы тайно проникают в

его квартиру и находят в небольшом квесте письмо, адресованное Дантесу с назначенной дуэлью.

- Если игроки сжигают письмо, то дуэль не состоится. Пушкин подозревает, что его жена сожгла письмо, ссорится с ней и уезжает обратно в своё имение – получена первая плохая концовка

- Если вы отдаёте письмо Наталье Гончаровой, то она в последствие передаст его Николаю I и это отразится на концовке.

Следующая сцена на Чёрной речке. Если вы не уничтожили письмо, то успешно следите за Пушкиным и добираетесь до места дуэли. У вас есть возможность вмешаться пока не началась дуэль.

- Если вы решите выстрелить в воздух и задержать дуэлянтов, то Дантеса отправят обратно во Францию, а Пушкина в качестве наказания запрут дома под домашний арест на несколько месяцев, после чего он продолжит жить счастливую жизнь – получена хорошая концовка.

- Если вы решите выстрелить в воздух и задержать дуэлянтов, то Дантеса отправят обратно во Францию, а к Пушкину приедет сам Николай I и расскажет о полученном письме. Таким образом благодаря жене Пушкина и своевременному вмешательству жандармов вы не только спасли великого русского поэта, но и сохранили доброе имя его семьи – получена отличная концовка.

- Если вы решите выстрелить в Дантеса, тем самым спасти Пушкина от возможной дуэли, то вас отправят на каторгу в Сибирь, а Пушкина как соучастника на несколько лет в тюрьму – получена нейтральная концовка.

- Если вы решите не вмешиваться в дуэль, то события развернутся, как и в реальной жизни, но вдобавок к этому Николай I нас разжалует и лишит всяческих полномочий – получена вторая плохая концовка.

Второй сценарий. «Преступление и наказание LIVE»

Формат программы: Детективный квест по Санкт-Петербургу с использованием AR, работа аниматоров.

Синопсис. «2015 год. Санкт-Петербург. Вы группа детективов, работающих в частном агентстве. К вам обращается инспектор полиции Ф.М. Достоев-

ский и просит помощи в раскрытии одного преступления. Один молодой студент Родион Раскольников является подозреваемым по делу об убийстве старухи-процентщицы и кражи драгоценностей. Однако Раскольников не соглашается на сотрудничество и отказывается говорить. Ваша задача допросить Раскольникова, как можно быстрее раскрыть дело и поймать настоящего преступника»

Детективы будут посещать реальные места с заготовленными локациями, людьми-аниматорами и реквизитом. На экране телефонов у детективов будет приложение-игра, в котором будет вестись отчёт их действий. Записываться найденные улики, подозреваемые и выводы. В зависимости от числа участников они будут поделены на разные группы и начинать поиски с разных точек маршрута, чтобы группы не пересекались. Задача групп разговаривать с аниматорами, задавая наводящие вопросы, находить улики и делать соответствующие выводы. Подозреваемыми будут являться аниматоры, переодетые в персонажей произведения «Преступление и наказание». Почти у каждого из них будут мотивы совершить данное преступление, а некоторые нарочно будут стараться запутать детективов. Также на раскрытие дела детективам будет даваться определённое количество времени. В зависимости от качества завершения дела группы придут к нескольким концовкам.

- если группа соберёт все улики и определит верно, двух преступников, то получит отличную концовку;

- если группа соберёт недостаточное количество улик, но определит верно, двух преступников, то получит хорошую концовку;

- если группа при достаточном количестве улик определит верно, только одного преступника, то получит нейтральную концовку;

- если группа соберёт недостаточное количество улик и не определит вообще ни одного преступника, то получит плохую концовку.

Итогом всего расследования станет вина господина Мармеладова, который решил подправить финансовые дела и сделать лучше жизнь своей дочери Сони при содействии в этом бедного молодого студента Родиона Раскольникова.

Такие сценарии анимационных программ позволят туристам получить но-

вый опыт и эмоции. Очень важно для аниматоров быть в образах и всячески направлять их, чтобы темп программы проходил на динамичном уровне. Также уровень программы будет зависеть во многом от отыгрыша туристов и их вовлечённости в сам процесс. Данные сценарии отражают лишь самую суть повествования и не являются финальным результатом того, что можно придумать в процессе разработки анимационной программы. В процессе разработки и проведении программы очень важно учитывать такие моменты как: свет, звук, техническое сопровождение, работа аниматоров, вовлечённость участников процесса, динамика повествования и конечно же обратная связь. В конце каждой анимационной программы с участниками проводились бы рефлексии, в которой они делились бы впечатлениями, эмоциями, положительными и (или) отрицательными моментами, что понравилось, а что нет. Данная обратная связь позволила бы совершенствовать такие программы с учётом потребностей целевой аудитории.

3.3 Апробация и оценка эффективности разработанных анимационных программ

Изучая различные научные исследования, посвящённые литературному туризму в России, мы пришли к определённому рода выводам и логическим заключениям. Во-первых, все исследования проводились с целью дать толкование литературному туризму, определить его особенности и место в культурно-познавательном туризме. Также рассматривалась история его возникновения и что способствовало его развитию. Нами был выделен тот факт, что не смотря на развитую сферу анимационной деятельности в целом по миру (детские парки, анимационные агентства, индустрии развлечений, event-организации и т.д.), существование статей и различных источников, посвящённых анимации в туризме – до сих пор у отечественных авторов нет чётко сформулированной системы работы и структуры анимации в литературном туризме. В рамках изучения данного направления нами была создана первая анимационная модель в литературном туризме с использованием технологий дополненной и виртуальной реальности, которая позволит оживить литературные маршруты, прикоснуться

к истории и прочувствовать жизнь и быт известных писателей прошлого. После создания сценариев следует апробировать и оценить эффективность разработанных анимационных программ.

Первый сценарий посвящён значимому и ключевому событию в жизни А.С. Пушкина, а именно дуэль с Жоржем Дантесом на Чёрной речке.

- данная программа обладает высоким потенциалом за счёт драматичного сюжета и интерактивного выбора вариантов реплик;

- участников погружают в эпоху 19 века, эпохи восстания декабристов, масштабных войн и реформ, однако существует риск упрощения истории и извращения от некоторых элементов;

- техническая часть заложена вокруг дорогих шлемов виртуальной реальности и точной 3D-реконструкции местного окружения;

- существуют определённые риски, связанные прежде всего с высокой стоимостью VR-шлемов, диапазон цен составляет от 55 до 200 тыс. руб.²³, а также стоимостью разработки программы, которая может составлять от 250 тыс. рублей²⁴ и более в зависимости от сложности;

- обязательная рекомендация – проведение бета-теста с ограниченным числом участников и сотрудничество с различными IT-организациями и стартапами для снижения стоимости требуемого оборудования.

Второй сценарий посвящён детективному квесту по мотивам произведения «Преступление и наказание»:

- данный квест может привлечь более широкую целевую аудиторию и любителей квестов, однако может оттолкнуть более консервативную взрослую аудиторию;

- поскольку все действия будут происходить с живыми актёрами-аниматорами, важно объяснить туристам значимость отыгрыша и погружения в историю;

²³ VR TREND [Интернет-магазин] // vrtrend.ru: офиц. сайт. URL: <https://vrtrend.ru/catalog/schlemy-virtualnoy-realnosti> / (дата обращения: 17.05.2025).

²⁴ Студия разработки виртуальной и дополненной реальности [Интернет-магазин] // vr-app.ru: офиц. сайт. URL: <https://vr-app.ru/price> / (дата обращения: 17.05.2025).

- с технической точки зрения дополненная реальность более доступна чем виртуальная, однако требует точного местоположения и локации для дальнейшего взаимодействия с ними;

- могут возникнуть определённого рода риски с синхронизацией работы аниматоров и цифровых подсказок (улик) при взаимодействии с цифровыми объектами;

- обязательная рекомендация – проведение бета-теста с ограниченным числом участников и сотрудничество с различными IT-организациями и стартапами для снижения стоимости требуемого оборудования. Также для тестового использования, возможно, имеет место облегчить правила и способы получения подсказок.

Теперь можно составить общие выводы:

- наибольший потенциал для реализации у сценария про дуэль А.С. Пушкина, поскольку VR-эксперименты пользуются высоким спросом и это незабываемый опыт;

- квест по мотивам «Преступление и наказание» является достаточно рискованной программой из-за имеющейся узкой целевой аудитории и возможном сложном нарративе;

- ключевые риски связаны в первую очередь с закупкой и программированием необходимого оборудования VR/AR;

- следует наладить партнёрство с культурными памятными местами писателей, IT-компаниями и анимационными агентствами.

Таким образом, данные программы имеют достаточно высокий шанс быть востребованными у потенциальных туристов, однако требуется дорогая закупка необходимого оборудования и соответствующее тестирование. Но не смотря на потенциальные риски главным преимуществом этих программ является их уникальный формат проведения, которые использует в себе новую ролевую модель анимации в литературном туризме.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Литературный туризм в России, как форма культурного путешествия, представляет собой уникальную возможность для иностранных туристов погрузиться в богатое наследие русской литературы и познакомиться с жизнью и творчеством великих писателей. В ходе исследования была подтверждена актуальность выбранной темы, поскольку она обусловлена современными реалиями нашего общества и растущими потребностями туристов на инновации в туристической сфере и уникальность турпродуктов. Именно благодаря инновационным экскурсиям у туристов способствует получению новых эмоций и впечатлений.

В рамках данной магистерской диссертации были изучены теоретические основы литературного туризма и анимации в контексте культурного обмена, проведён анализ существующей практики применения анимации в литературном туризме, разработана и апробирована модель использования средств анимации в литературном туризме для иностранных туристов в России.

На основе изученной учебной и научной литературы автором были составлены таблицы: «Типология туристских анимационных программ», «Популярные литературные туры в мире», «Популярные литературные туры в России», «Вклад писателей в литературу регионов Дальнего Востока России», «Инструментарий технологического блока».

В ходе проделанной работы был систематизирован подход к внедрению высоких технологий, такие как VR/AR, в анимационную деятельность при составлении программ для литературных маршрутов, тем самым создав новую модель анимация в литературном туризме под названием RPALT (англ. Role playing animation in literature tourism), то есть ролевая анимация. Это модель будет опираться на активное участие не только актёров-аниматоров, но и самих туристов, которые по желанию могут участвовать в процессе. Используются и обоснованы такие подходы к анимации как: нарратив, сторителлинг для вовлечения иностранных туристов в процесс.

На основе созданной модели автором были разработаны сценарии анимационных программ для имеющихся литературных маршрутов, в которые были интегрированы технологические инновационные решения с культурной составляющей. Сценарии программ опираются на жизнь и творчество великих русских писателей А.С. Пушкина и Ф.М. Достоевского.

Подобные сценарии можно активно внедрять в существующие литературные маршруты, при этом активно сотрудничая с различными музеями и IT-компаниями. Также очень важно продвигать новые анимационные программы в грантовых проектах и конкурсах в рамках повышения осведомлённости о великом русском литературном наследии, патриотического воспитания и развития не только литературного, но и культурно-познавательного туризма в целом.

В современном мире, когда печатные книги могут спокойно замениться электронными вариантами, использовании анимации в литературном туризме позволяет не терять культурное наследие, ведь в таком виде любимые многими классические произведения русской литературы обретают новую форму для нынешней и будущей современной аудитории. Это способствует не только сохранению культурного наследия, но и созданию новых конкурентноспособных туристских продуктов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Белоцерковская, Н. В. Особенности потребительского поведения китайских туристов / Н. В. Белоцерковская, К. Е. Бандурина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 50 (445). — С. 86-89
- 2 Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учеб. / М.Б. Биржаков. — СПб.: Герда, 2019. — 512 с.
- 3 Боголюбова, С.А. Виды и тенденции развития туризма: учеб. пособ. / С.А. Боголюбова. — М.: Юрайт, 2021. — 231 с.
- 4 Валеева, Е.О. Развитие индустрии туризма в регионе / Е.О. Валеева. — СПб.: Астерион, 2019. — 88 с.
- 5 Виды и тенденции развития туризма: учеб. пособ. / ред. Б.И. Штейнгольц. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 235 с.
- 6 Гуров С.А. Литературный туризм: систематика и географические тенденции развития / С. А. Гуров, Н. В. Страчкова, Алексеенко М.А. // Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. — 2018. — С. 4-14.
- 7 Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособ. / А.П. Дурович. — Мн.: Новое знание, 2019. — 496 с.
- 8 Жукова, М.А. Индустрия туризма: учеб. / М.А. Жукова. — М.: ФиС, 2019. — 200 с.
- 9 Засимович Е.С., Волобуева И.И. Новый язык туризма — анимация. Текст научной статьи по специальности «Искусствоведение».
- 10 Иванов, О.И. Рыночные отношения [Электронный ресурс] // Russiatourism.ru: офиц. сайт. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>. — 10.05.2025.
- 11 Кабаева, Е.С. Перспективы развития литературного туризма / Е.С. Кабаева // Сборник статей Самарской государственной областной академии. — 2013. - С. 20-22.

- 12 Колупаев А.А., Характеристика туристской деятельности, / А.А. Колупав // Науки и туризм: стратегии взаимодействия. – 2017.– № 6 (4). – С. 45-67.
- 13 Кротова, Н.В. Концепция развития туризма в России: новое видение и перспективы / Н.В. Кротова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2021. – № 4. – С. 8-12.
- 14 Макроэкономика: учеб. пособ. / ред. В.Ф. Максимова. – М.: Юрайт, 2021. – 171 с.
- 15 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (с изм. и доп. от 30.11.2024). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
- 16 Официальный сайт портала Музеи России: сайт. – URL: <http://www.museum.ru/> (дата обращения: 20.04.2025)
- 17 Понятия и основные функции туроператорских компаний на рынке туристских услуг [Электронный ресурс] // Studfile.net: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/6189291/page:17/>. – 14.04.2025.
- 18 Понятия, классификация туризма [Электронный ресурс] // Russiatourism.ru: офиц. сайт. – Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/BOBKOVA_Gosupravlenie%20v%20turizme.pdf. – 10.03.2025.
- 19 Портал правительства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.amurobl.ru/>. – 27.04.2025.
- 20 Севастьянов, А.Г. Турист. Библиотека туриста / А.Г. Севастьянов. – М.: Просвещение, 2018. – 93 с.
- 21 Семенихин, В.В. Туристическая деятельность / В.В. Семенихин. – М.: Эскимо, 2017. – 300 с.
- 22 Силаева, Т.А. Литературный туризм как специализированный подвид культурно-познавательного туризма / Вестник НОУ ВПО «Российский новый университет». – 2013. – № 2. – С. 203.
- 23 Сухов, Р.И. Организация работы туристического агентства / Р.И. Сухов. – М.: Март, 2019. – 400 с.

- 24 Трубилин, А.Г. Развитие внутреннего туризма территорий: моногр. / А.Г. Трубилин. – М.: Дашков и К, 2019. – 132 с.
- 25 Трухачев, А.В. Туризм. Введение в туризм: учеб. пособ./ А.В. Трухачев, И.В. Таранова. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2019. – 396 с.
- 26 Туристическая компания «АМУРАССО» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.amurasso.ru/>. – 05.02.2025.
- 27 Туристская индустрия. - Текст: электронный / Интуит. Национальный открытый университет: [сайт]. - 2024. - URL: https://intuit.ru/studies/professional_skill_improvements/19948/. – 05.04.2025).
- 28 Усинов, А.И. Туризм на современном этапе / А.И. Усинов // Турбизнес. – 2021. – № 4. – С. 5-6.
- 29 Ушахин, А.В. Литературный туризм как вид культурно-событийного туризма: типология видов и литературные туристские ресурсы / А.В. Ушахин // Материалы XXV региональной научно-практической конференции. В 2-х томах. – 2024. – С. 531-532.
- 30 Фошина Т. Е. Современное состояние и перспективы развития литературного туризма в России / Т. Е. Фомина // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования – 2009. – С. 681-684.
- 31 Шинкаренко Я.В., Литературный туризм как перспективное направление развития культурно-познавательного туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области / Я. В. Шинкаренко, Е. С. Миленчук // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2021. – № 2 (9). – С. 66-75