

УДК 130.2+008:1

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КРЫМА

Микитинец А. Ю.¹, Микитинец О. И.², Швецова А. В.³

¹*Крымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь, Российская Федерация*

E-mail: mikitinets-a@yandex.ru

²*Крымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь, Российская Федерация*

E-mail: omikitinets@rambler.ru

³*Крымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь, Российская Федерация*

E-mail: voljaton@rambler.ru

Статья посвящена культурному туризму, который рассматривается в качестве фактора, определяющего территориальное развитие Крыма. В исследовании сделана культурологическая оценка определений, признаков и основ культурного туризма. Отмечается, что на сегодняшний день культурный туризм является наиболее социально, политически и экономически значимым направлением туристской индустрии. Авторы проводят анализ отечественной нормативной правовой базы федерального и регионального уровня, регламентирующей функционирование культурного туризма в Российской Федерации и выявляют его перспективы, проблемы и условия развития в Республике Крым. В выводах отмечено, что в настоящее время крымский полуостров обладает уникальным, стратегическим потенциалом, создающим возможности для развития культурно-туристской индустрии, креативной экономики, инновационных технологий, а также формирования «индустрии впечатлений». Подчеркивается, что в настоящее время культурно-туристский потенциал Крыма раскрыт в недостаточной степени, что проявляется в низком уровне социально-экономической эффективности и деловой активности. Его активизация и актуализация позволит повысить качество жизни населения, усовершенствовать инфраструктуру и сформировать позитивный культурно-туристический имидж региона. Среди важных региональных проблем также отмечена необходимость повышения уровня подготовки квалифицированных специалистов, недостаточное межведомственное взаимодействие и нехватка совместных межведомственных программ и проектов, которые могли бы стать основой для круглогодичного посещения полуострова туристами.

Ключевые слова: туризм, культурный туризм, культурная индустрия, культурно-туристский потенциал.

Введение. В современном мире культура рассматривается как креативная составляющая регионального развития, прежде всего, – социально-экономического.

Сначала это толковалось как получение конкретной прибыли от эксплуатации объектов культуры и привлеченных средств [см., например, 1; 2, с. 133; 3, с. 75], позднее – как менеджмент и маркетинг в культурных учреждениях и организациях [см., например, 4; 5; 6]. После многолетних попыток определить важность и ценность культуры с помощью конкретных экономических факторов, были получены целостные выводы о значительном влиянии культуры на экономику городов и территорий [см., например, 1]. Культура стала рассматриваться как ресурс изменений качества жизни и улучшения условий занятости населения территорий путем развития культурных индустрий [7], соответствующей инфраструктуры, сферы обслуживания и т.п. Однако, для того, чтобы культура стала фактором территориального, регионального развития, необходимо создать конкретные формы ее представления в социально-культурной сфере, и одной из таких форм выступает туризм в целом и культурный туризм – в частности. Именно туризм является тем инструментом, посредством которого культура и ее объекты «втягиваются» в социальные, экономические и политические процессы, выступая незаменимым ресурсом территориального развития, социальной и политической стабильности, экономического благополучия и привлекательности соответствующего региона. А. С. Гализдра, рассматривая туризм как социокультурный феномен, отмечает: «Во-первых, туризм – социальная практика. Во-вторых, – туризм – это сфера досуга. В-третьих, туризм является формой потребления. В-четвертых, туризм есть культурный феномен. В-пятых, туризм – отрасль экономики. Кроме того, туризм самым тесным образом взаимодействует с окружающей средой» [8].

Таким образом, на феноменальном уровне туризм является формой деятельности, охватывающей различные сферы жизнедеятельности современного общества. Отметим, что все они так или иначе связаны с культурой, особенно если понимать её в предельно широком смысле: в качестве искусственной среды обитания, «второй природы», некоторого посредника между человеком и природой. При этом даже используемая в данной статье более узкая интерпретация культуры, по сути, отождествляющая её с самобытным региональным историческим наследием, беспрепятственно позволяет находить и подвергать развернутому анализу устойчивые взаимосвязи и процессы, в которые включен туризм в виде одного из структурных элементов. Хорошим примером, демонстрирующим роль культурного туризма в развитии естественно ограниченных территорий, является Крым. Как отмечает в данной связи группа современных исследователей из Сочинского государственного университета: «В системе продвижения регионального турпродукта Крыма культурно-познавательный туризм занимает одно из центральных мест и продвигается как отдельное направление туризма» [9, с. 2901]. Всё вышесказанное позволяет утверждать, что заявленная в статье проблематика является актуальной и, следовательно, требует своего уточнения и системного изучения не только со стороны менеджмента и экономики, но и осмысления в рамках теоретико-методологических подходов современной культурологии.

Цель и задачи работы. Поскольку Крым является одним из наиболее перспективных и значимых в Российской Федерации туристских регионов, целью нашей работы выступает рассмотрение культурного туризма в качестве весомого

фактора территориального развития Крыма. В качестве задач данного исследования предлагается культурологическая оценка определений, признаков и основ культурного туризма; анализ нормативно-правовой базы федерального и регионального уровня, регламентирующей развитие культурного туризма в Российской Федерации; выявление перспектив и условий развития культурного туризма в Республике Крым; аналитика проблем развития культурно-туристской индустрии и культурного туризма в Крыму.

Основная часть. В программе ВТО «Культурное наследие и развитие туризма» (2001 год) отмечается, что: «одним из столпов индустрии туризма стало присущее всему человечеству желание увидеть и познать культурную самобытность различных частей света. Во внутреннем туризме культурное наследие стимулирует национальную гордость за свою историю. В международном туризме культурное наследие стимулирует уважение и понимание других культур и, как следствие, способствует миру и взаимопониманию» [цит. по: 10].

Как видим, туризм в целом и культурный туризм в частности выступает важнейшим фактором не только развития регионального, но и общечеловеческого, укрепляя межкультурные и межцивилизационные связи, мир и международное согласие, способствуя открытости культур и народов, взаимопониманию и сотрудничеству. В то же время туризм выступает важнейшим условием формирования и поддержки этно-национальной идентичности и самобытности, что очень важно в условиях глобализации и этнокультурного сопротивления ей. В силу этого, нам представляется, что туризм является одной из основ сохранения этнокультурного многообразия человечества и предупреждения разрушительных этнокультурных и цивилизационных конфликтов, преодоления многих социально деструктивных стереотипов.

Что касается культурного туризма, следует отметить, что его сущностным признаком выступает приоритетность познания и восприятия культурных ценностей и достопримечательностей. Однако современная туристская практика показывает, что практически не найдется вида туризма, в котором бы отсутствовала культурная составляющая. Ведь если понимать культуру широко, как способ человеческой жизни, включающий не только культурные памятники, но и повседневность, быт, системы коммуникаций и т.п., любой турист, какие бы цели он не преследовал, так или иначе сталкивается с культурой региона. И потому о культуре следует помнить, рассматривая не только собственно культурный туризм, но и любой вид туризма, что очень важно для формирования регионального имиджа и брендинга соответствующей территории. Так, исследователь М. А. Винокуров, в частности, отмечает, что туризм – «это путешествие, совершаемое человеком в свободное от основной работы время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях. Это один из видов активного отдыха, наилучший способ отвлечься от суеты, увидеть новое и интересное, набраться положительных эмоций. Туризм дает возможность познакомиться с культурой других стран и частей света, удовлетворяет любознательность человека, обогащает его духовно и оздоравливает физически, способствует развитию личности. Он позволяет совмещать отдых с познанием нового» [цит. по: 11, с. 121–122].

Основой собственно культурного туризма выступает культура, прежде всего, историко-культурные и этнографические памятники, которые могут стать объектами туристского показа. В качестве интересных культурно-туристских объектов рассматриваются также различные культурные мероприятия и события, традиции, нравы, образ жизни, промыслы, трудовые функции и т.п. населения.

В зависимости от преобладающего туристского интереса в определенный момент осуществления путешествия различаются культурно-исторический, культурно-археологический, культурно-этнографический, культурно-гастрономический, культурно-образовательный, культурно-религиозный (паломнический), культурно-научный, культурно-деловой, культурно-круизный, культурно-экологический, культурно-оздоровительный, культурно-событийный и т.п. виды культурного туризма.

При этом, какой бы вид культурного туризма мы не рассматривали, следует исходить из того, что ни один из них не может осуществляться автономно, без участия всех составляющих социокультурной сферы и привлечения ресурсов и механизмов культурно-туристской индустрии.

Не случайно в Государственной программе РФ «Развитие культуры и туризма 2013-2020 годы» поставлены следующие задачи: сохранение культурного и исторического наследия народа, обеспечение доступа граждан к культурным ценностям и участию в культурной жизни, реализация творческого потенциала нации; повышение качества и доступности услуг в сфере внутреннего и международного туризма; создание благоприятных условий устойчивого развития сферы культуры и туризма [12].

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года отмечены такие важные препятствия на пути устойчивого развития туристской отрасли в России, как: «сокращение количества предложений низкобюджетных туров, напряжение международной политической обстановки и череда громких скандалов с разорением крупных туроператоров», «высокие внутренние цены», «недостаточно комфортная туристская информационная среда», «недостаток количества доступных гостиниц и аналогичных средств размещения» [13]. При этом важно отметить, что в данном документе постоянно подчеркивается роль культуры в развитии туризма.

Таким образом, культурный туризм, непосредственно объединяющий культурную и туристскую сферу, выступает наиболее социально, политически и экономически значимым направлением туристской индустрии. Учитывая, что Крым имеет уникальные культурные и природно-климатические условия и ресурсы, обладает интереснейшими культурно-историческими и этнографическими памятниками, культурно-природными ландшафтами, он (особенно, если учесть рекреативные возможности) является одним из наиболее перспективных регионов для развития культурного туризма и использования его возможностей для экономического, социального и политического укрепления и процветания. На это, в частности, указывается в Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года: «Южное положение полуострова относительно большей части России, наличие субширотных Крымских гор и моря создают разнообразные

ландшафты и природные условия для развития агропромышленного комплекса, санаторно-курортного и туристического комплексов» [14].

В этом же документе на основании наиболее существенных факторов (географическое положение; структура экономики; система расселения и наличие регионообразующего центра; природные условия и ресурсы; опыт предыдущих разработок сеток микрорайонов) выделены семь микрорегионов Республики Крым, в каждом из которых, на наш взгляд, имеются достаточные ресурсы для развития туризма вообще и культурного туризма в частности. Такими регионами выступают: Центральный микрорегион (городской округ Симферополь, Бахчисарайский, Симферопольский и Белогорский районы); Западный микрорегион (городские округа Саки и Евпатория, Раздольненский, Черноморский и Сакский районы); Южный микрорегион (городские округа Ялта и Алушта); Юго-Восточный микрорегион (городские округа Судак и Феодосия, Кировский район); Восточный микрорегион (городской округ Керчь и Ленинский район); 6) Северо-Восточный микрорегион (городской округ Джанкой, Джанкойский, Красногвардейский, Нижнегорский и Советский районы); Северный микрорегион (городские округа Краснопереконск и Армянск, Краснопереконский и Первомайский районы) [См. 14].

Однако развитие обозначенных территорий требует определенных условий, и прежде всего – культурно-экономических преобразований, в основе которых должно быть развитие креативной экономики, инновационных и информационных технологий, культурного и человеческого капитала с целью создания эксклюзивных туристских продуктов, привлекательных туристских маршрутов и объектов показа, соответствующей инфраструктуры и т.п. Это будет способствовать успешному брендингованию крымского региона как центра туристской и культурной индустрии, обеспечит его экономическое и социальное развитие и, что не менее важно, – сохранение индивидуальности, исторической памяти, культурной идентичности и специфики на фоне интенсивной урбанизации и глобализации. Особенно это касается малых городов и их территориальных общин, с одной стороны нуждающихся в капитализации своих территорий, а с другой – в сохранении себя как уникальных очагов культуры.

В настоящее время в России развивается направление, получившее название «культурная экономика» (или «культурная индустрия»), в которой выделяются два основных сектора: «Творческая экономика – совокупность индустрий, в которых определяющим фактором потребления товаров и услуг является доступ к творческим результатам интеллектуальной деятельности. (Заемствованные аналоги «креативная экономика» и «креативные индустрии» решено не использовать). Досуговая экономика – совокупность индустрий, в которых определяющим фактором потребления товаров и услуг является спрос на культурные формы досуга (доступ к творческим результатам интеллектуальной деятельности не является определяющим фактором)» [15, с. 19]. При этом отмечено, что «деятельность государственных и местных органов управления, образовательных, общественных и других организаций, связанная с творчеством и досугом ... является неотъемлемой частью всех указанных видов деятельности» [15, с. 21].

То есть, культурная индустрия требует активного целенаправленного участия всех социально значимых субъектов, заинтересованных в развитии соответствующего региона. Деятельность этих субъектов должна иметь системный, комплексный характер, так как сегменты современной культурной индустрии чрезвычайно разнообразны и в то же время – взаимосвязаны. В частности, современными исследователями выделяются следующие: Архитектура; Кино и видео; Архивы; Библиотеки; Музеи; Наследие; Вещание (радио и ТВ); Исполнительские искусства (театр, танцы, фестивали); Дизайн (промышленный, одежды, графический); Изобразительное искусство, ремесла и арт-рынок; Издательское дело (книги, газеты, журналы); Музыкальная индустрия; Программное обеспечение, компьютерные игры, мультимедиа; Развлекательные ИТ; Реклама; Интернет-кафе, доступ в интернет; Спутниковая связь, мобильная связь; Лекарства и медицина; Деревянная мебель; Анимация, спецэффекты (VFX), игры, казино; Правительственные и общественные организации (религиозные, культурные, образовательные) / Государственное управление; Ювелирное искусство и смежная деятельность; Образование, обучение, консалтинг; Культурно-образовательная деятельность; Отдых, развлечения и другая культурная деятельность; Ботанические сады и зоопарки; Дискотеки и ночные клубы; Винодельческая и пищевая промышленность; Звуковая индустрия (производство радио, телевизоров, розничная торговля аппаратурой); Спорт; Междисциплинарная деятельность; Туризм; Игрушки, развлечения; Другие вспомогательные виды деятельности [15, с. 27]. Развитие культурной индустрии имеет свою специфику исходя из особенностей и ресурсов конкретных государств и регионов. Так, В. В. Новосельская подчеркивает активное развитие креативных индустрий в России, отмечая при этом их существенный уклон в сторону эксплуатации историко-культурного наследия, в том числе, и в сегменте культурного туризма [7, с. 170]. Примером туристского использования историко-культурного наследия в Крыму может быть деятельность Международного центра экспериментальной археологии и инновационной педагогики «Кара-Тобе» (г. Саки), который был сформирован на базе греко-скифского городища Кара-Тобе (IV в. до н.э. – I в. н.э.). Консервационная и музеефикационная работа, проведенная сотрудниками данного центра, позволила воссоздать культурный объект («скифская усадьба»), ставший не только местом активного проведения туристских экскурсий, но и пространством реализации муниципальной социокультурной политики г. Саки в виде вечерних театрализованных представлений, выступлений театральных коллективов. Данный центр археологии «Кара-Тобе» активно и тесно сотрудничает с детским оздоровительным лагерем научной направленности, с акцентом на экспериментальную археологию [см. 16]. Отметим, что объектами туристической деятельности в Крыму являются и другие историко-культурные заповедники: Генуэзская крепость в Судак, Херсонес Таврический в Севастополе, историко-археологический музей-заповедник Калос Лимен в пгт. Черноморском, а также множество археологических и культурных памятников.

Выводы. Как мы можем заметить, практически все вышеозначенные сегменты присутствуют в экономике и культуре Крыма и позволяют говорить об уникальном,

стратегическом потенциале полуострова относительно возможностей развития культурной и туристской индустрий (объединенных или могущих быть объединенными во многих сферах в культурно-туристскую индустрию), креативной экономики и инновационных технологий. На наш взгляд, именно на последние следует обратить особое внимание в Крыму, учитывая современные тенденции развития так называемой «индустрии впечатлений». В настоящее время в Крыму отмечается положительная тенденция в этом направлении, однако существует ряд проблем, характерных не только для Крыма, но и для других регионов России, решение которых необходимо для успешного развития крымской территории средствами культуры и туризма.

На сегодняшний день достаточное количество крымских территорий (особенно малых городов и поселений), обладая весомым туристско-рекреационным, культурно-историческим и природно-климатическим потенциалом, отличаются низким уровнем социально-экономического развития и деловой активности. Поэтому всемерное содействие развитию культурно-туристской сферы на таких территориях необходимо рассматривать как инструмент повышения экономического и социального благополучия и уровня занятости населения, уменьшения трудовой миграции, усиления деловой и экономической активности, улучшения финансовых показателей деятельности предприятий, развития инфраструктуры (дорог, водоснабжения, водоотведения, теплоснабжения, транспорта, средств связи, информатизации и т.п.), формирования позитивного культурно-туристического имиджа региона.

Среди важных проблем развития культурно-туристской индустрии и культурного туризма следует отметить недостаточный уровень подготовки квалифицированных специалистов, творческих, креативно мыслящих и действующих людей. Для решения этой проблемы требуется развитие соответствующей образовательной сферы (причем на всех уровнях, начиная с детских дошкольных учреждений) и межрегиональное сотрудничество, обмен соответствующим опытом.

Еще одной из проблем развития культурно-туристской индустрии и культурного туризма в Крыму является недостаточное межведомственное взаимодействие, недостаток совместных межведомственных программ и проектов. А ведь именно соединение культуры и туризма может стать основой преодоления такой важной особенности развития туристской индустрии в Крыму, как «сезонность» и оживить крымские города в период «межсезонья», сделав Крым регионом круглогодичного туризма.

Список литературы

1. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 399 с.
2. Энеди Д. Роль культуры в региональном развитии // Государственная служба за рубежом. Управление культурой. – Реферативный бюллетень №5(55). – М.: Издательство РАГС, 2004. – С. 133–138.
3. Новосельская В. В. Культурное пространство территории как ресурс экономики впечатлений // Знание. Понимание. Умение. – 2016. – №3. – С. 72–86.
4. Хайнце Т. Управление культурой // Государственная служба за рубежом. Управление культурой. – Реферативный бюллетень №5(55). – М.: Издательство РАГС, 2004. – С. 25–31.
5. Касаткина С. А. Менеджмент в сфере культуры как вид управленческой деятельности // Вестник МГУКИ. – 2011. – 6 (44). – С. 199–204.
6. Жданова Е. И. Специфика менеджмента предпринимательской деятельности учреждений культуры // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. – 2014. – №2. – С. 24–28.
7. Новосельская В. В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2017. – 4 (78). – С. 164–174.
8. Гализдра А. С. Феномен туризма: социально-философский анализ. Автореф. дис ... канд. филос. наук / А. С. Гализдра. – Саратов, 2006. URL: <http://www.dissercat.com/content/fenomen-turizma-sotsialno-filosofskii-analiz> (дата обращения: 12.05.2019).
9. Ветитнев А. М., Романова Г. М., Сердюкова Н. К., Сердюков Д. А. Изучение интернет-продвижения услуг культурно-познавательного туризма Юга России // Российское предпринимательство. – 2015. – №16 (17). – С. 2899–2914.
10. Мoshnya E. B. Международный культурный туризм как фактор межкультурной коммуникации // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2005. – Выпуск 55. – С. 128–147. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/moshnyaga.htm (дата обращения: 24.04.2019).
11. Халяева О. А. Социокультурные и правовые основания развития культурного туризма // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – март 2015 г. – № 1 (13). – С. 120–132.
12. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма 2013–2020 годы»: постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 317. URL: <http://base.garant.ru/70291902/> (дата обращения: 11.05.2019).
13. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 31.05.2014 № 941-р. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70573746/> (дата обращения: 03.05.2019).
14. О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года: закон Республики Крым от 9 января 2017 года № 352-ЗПК/2017. URL: <http://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/strategy-fullvers.pdf> (дата обращения: 10.05.2019).
15. Культура и культурные индустрии в РФ. Результаты комплексного исследования. – М., 2018. URL: https://www.intermedia.ru/uploads/culture-of-russia-2018_web.pdf (дата обращения: 03.05.2019).
16. Агарков В. И. Туристский потенциал археологических памятников Крыма // Псковский регионологический журнал. – 2015. – №21. – С. 109–116.

Mikitinets A. Yu., Mikitinets O. I., Shvetsova A. V. The cultural Tourism as a Factor of the Regional Development of Crimea // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2020. – Vol. 6 (72). – № 1. – P. 147–156.

The article is devoted to the cultural tourism, which is considered as a factor determining the territorial development of the Crimea. The study has made a cultural assessment of the definitions, characteristics and foundations of the cultural tourism. It is noted that today cultural tourism is the most socially, politically and economically significant direction of the tourism industry. The authors analyze the domestic regulatory framework of the federal and the regional levels regulating the functioning of the cultural tourism in the Russian Federation and identify its prospects, problems and conditions for the development in the Republic of Crimea. It is noted in the conclusions that at present the Crimean Peninsula has a unique, strategic potential, creating opportunities for the development of the cultural and the tourist industry, the creative economy and innovative

technologies, as well as the formation of the "industry of impressions." It is emphasized that nowadays the cultural and the tourist potential of the Crimea is not sufficiently revealed. It is manifested as a low level of the socio-economic efficiency and the business activity. Its activation and actualization will allow improving the quality of life of the population, improving the infrastructure and creating a positive cultural and tourist image of the region. Among of the most important regional problems is the need to improve the level of training of qualified specialists. The lack of interdepartmental cooperation and the lack of joint to the interdepartmental programs and projects that could become the basis for year-round filling of the peninsula with tourists are also noted.

Key words: tourism, the cultural tourism, the cultural industry, the cultural and the tourist potential.

References

1. Lendri Ch. Kreativnyi gorod [Creative City], Moscow, 2011, 399 p.
2. Enedi D. Rol' kul'tury v regional'nom razvitii [The Role of Culture in Regional Development]. Gosudarstvennaya sluzhba za rubezhom. Upravlenie kul'turoi [Public service abroad. Culture Management], Review bulletin' №5'(55), Moscow, 2004, pp. 133–138.
3. Novosel'skaya V. V. Kul'turnoe prostranstvo territorii kak resurs ekonomiki vpechatlenii [Cultural Space of the Territory as a Resource for the Economy of Impressions]. Znanie. Ponimanie. Umenie [Knowledge. Understanding. Skill], 2016, №3, pp. 72–86.
4. Khaintse T. Upravlenie kul'turoi [Culture Management]. Gosudarstvennaya sluzhba za rubezhom. Upravlenie kul'turoi [Public service abroad. Culture Management], Review bulletin' №5'(55), Moscow, 2004, pp. 25–31.
5. Kasatkina S. A. Menedzhment v sfere kul'tury kak vid upravlencheskoi deyatelnosti [Management in the Field of Culture as a Type of Management Activity]. Vestnik MGUKI [Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts], 2011, 6 (44), pp. 199–204.
6. Zhdanova E. I. Spetsifika menedzhmenta predprinimatel'skoi deyatelnosti uchrezhdenii kul'tury [The Specifics of the Management of Entrepreneurial Activities of Cultural Institutions]. Munitsipal'noe obrazovanie: innovatsii i eksperiment [Municipal Education: Innovation and Experiment], 2014, №2, pp. 24–28.
7. Novosel'skaya V. V. Kreativnye industrii v innovatsionnom razvitii territorii: osobennosti funktsionirovaniya [Creative Industries in the Innovation Development of Territories: Features of Functioning]. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts], 2017, 4 (78), pp. 164–174.
8. Galizdra A. S. Fenomen turizma: sotsial'no-filosofskii analiz [The Phenomenon of Tourism: a Socio-philosophical Analysis] Extended abstract of candidate's thesis, Saratov, 2006. URL: <http://www.dissercat.com/content/fenomen-turizma-sotsialno-filosofskii-analiz> (Accessed: 12 May 2019).
9. Vetitnev A. M., Romanova G. M., Serdyukova N. K., Serdyukov D. A. Izuchenie internet-prodvizheniya uslug kul'turno-poznavatel'nogo turizma Yuga Rossii [Studying Internet Promotion of Cultural Tourism Services in the South of Russia] // Rossiiskoe predprinimatel'stvo [Russian Entrepreneurship], 2015, №16 (17), pp. 2899–2914.
10. Moshnyaga E. V. Mezhdunarodnyi kul'turnyi turizm kak faktor mezhkul'turnoi kommunikatsii [International Cultural Tourism as a Factor of Intercultural Communication] // Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta [Scientific works of the Moscow Humanitarian University], 2005, Vol. 55, pp. 128–147. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/moshnyaga.htm (Accessed: 24 April 2019).
11. Khalyaeva O. A. Sotsiokul'turnye i pravovye osnovaniya razvitiya kul'turnogo turizma [Socio-cultural and Legal Basis for the Development of Cultural Tourism] // Gumanitarnye vedomosti TGPU im. L. N. Tolstogo [Humanitarian journal of Tula State Pedagogical University named after L.N. Tolstoy], 2015, № 1 (13), pp. 120–132.
12. Ob utverzhdenii gosudarstvennoi programmy Rossiiskoi Federatsii «Razvitie kul'tury i turizma 2013–2020 gody»: postanovlenie Pravitel'stva Rossiiskoi Federatsii ot 15.04.2014 № 317 [State Program of the Russian Federation "Development of Culture and Tourism 2013-2020"]. URL: <http://base.garant.ru/70291902/> (Accessed: 11 May 2019).

13. Ob utverzhdenii Strategii razvitiya turizma v Rossiiskoi Federatsii na period do 2020 goda: rasporyazhenie Pravitel'stva Rossiiskoi Federatsii ot 31.05.2014 № 941-r. [Strategy for the Development of Tourism in the Russian Federation for the Period up to 2020]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70573746/> (Accessed: 3 May 2019).
14. O strategii sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Respubliki Krym do 2030 goda: zakon Respubliki Krym ot 9 yanvarya 2017 goda № 352-ZRK/2017. [Strategy of Social and Economic Development of the Republic of Crimea until 2030]. URL: <http://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/strategy-fullvers.pdf> (Accessed: 10 May 2019).
15. Kul'tura i kul'turnye industrii v RF. Rezul'taty kompleksnogo issledovaniya. [Culture and Cultural Industries in the Russian Federation. The Results of a Complex Research], Moscow, 2018. URL: https://www.intermedia.ru/uploads/culture-of-russia-2018_web.pdf (Accessed: 3 May 2019).
16. Agarkov V. I. Turistskii potentsial arkhelogicheskikh pamyatnikov Kryma [Tourist potential of the archaeological monuments of the Crimea] // Pskovskii regionologicheskii zhurnal [Pskov Regional Journal], 2015, №21, pp. 109–116.